



¿Importan las iniciativas de
impacto social de las marcas a
los consumidores mexicanos?

Marzo, 2022

Metodología del estudio

Moneo realizó una encuesta a **consumidores mexicanos** que han comprado al menos una vez en algún supermercado o tienda de conveniencia durante **febrero de 2022**.

Género

56% mujeres

44% hombres

Grupo por edad

Gen Z 8%

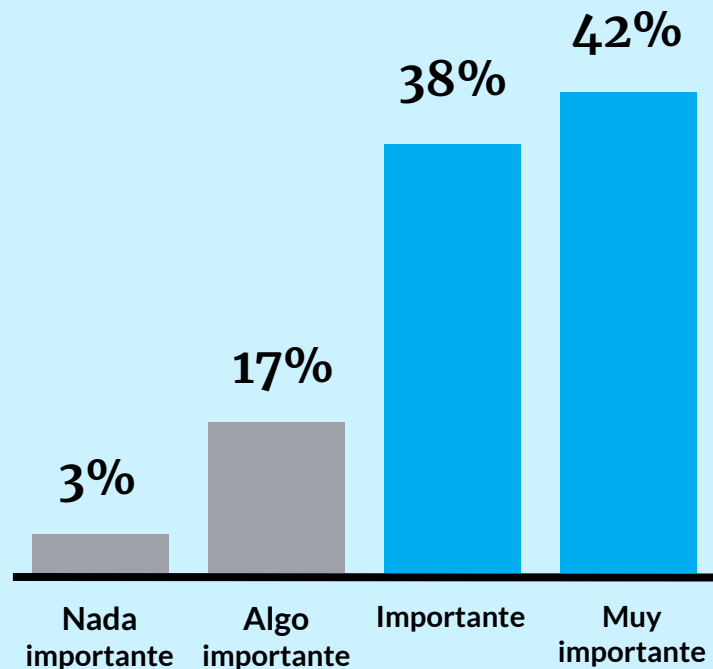
Millennials 53%

Gen X 32%

Boomers 7%

¿Qué tan importantes son las iniciativas de impacto social de las marcas al comprar un producto o servicio?

80%. La gran mayoría de los consumidores mexicanos piensa que son muy importantes o importantes.



¿Cuáles iniciativas de impacto de las marcas son las más valoradas?

Gran parte de la valoración está relacionada con las marcas **amigables con el medio ambiente** y las que ayudan a los consumidores a **ahorrar dinero**.

#1

Crear productos que cuidan el medio ambiente 75%

#2

Ayudar a sus consumidores a ahorrar dinero 58%

#3

Apoyar causas sociales /organizaciones benéficas 45%

#4

Tratar bien a sus empleados 38%

#5

Apoyar la igualdad de género 19%

¿Las iniciativas de impacto social sólo son relevantes para las generaciones más jóvenes?

No. Las iniciativas de impacto social son importantes para **todos los grupos** de consumidores mexicanos.

80%

Resultado consolidado

Muy importante o importante

La diferencia entre géneros es pequeña:

79% Mujeres

82% Hombres

Importante para todos los grupos de edad:

83% Generación Z

77% Millennials

84% Generación X

83% Boomers

¿Las iniciativas de impacto social de las marcas resuenan en el *top of mind* de los consumidores?

Sí.

80% puede nombrar al menos una marca que genera un impacto social positivo.

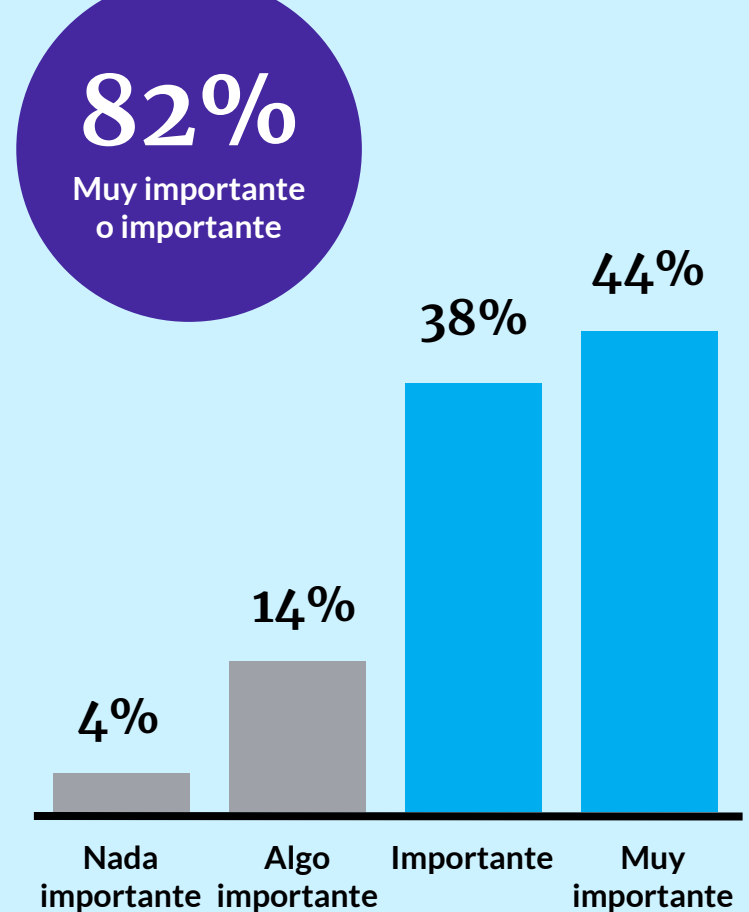
Marcas *top of mind* que generan impacto social positivo



¿Qué tan importante es que las iniciativas de impacto social de las marcas den un beneficio personal directo?

Muy importante. 82% espera recibir de las marcas un impacto social positivo en sus vidas.

Especialmente para los hombres (88% dice que es muy importante o importante contra el 77% de las mujeres).



Al comprar un producto, ¿qué marca elegirían los consumidores?

La mayoría opta por marcas que los beneficien directamente

Una marca que apoye una causa social 29%

Una marca que beneficie directamente a los
consumidores 71%

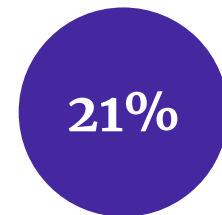
Al comprar un producto, ¿qué marca elegirían los consumidores?

Una marca que les reditúe **personalmente**, en lugar de una marca que done un % de sus ganancias a causas sociales.



Prefiere una marca que les reditúe personalmente

Prefiere una marca que done un % de sus ganancias a causas sociales



Hallazgos clave

Los consumidores mexicanos piensan que las marcas deberían generar un impacto social positivo...

... particularmente marcas amigables con el medio ambiente y que ayuden a los consumidores a ahorrar...

... sin embargo, la gran mayoría compraría una marca que los beneficie directamente en lugar de una marca que apoye causas sociales.

¿Cómo podemos ayudarte?

Moneo es una plataforma de recompensas que ayuda a las marcas a captar datos “1st Party” de consumidores.

Órbita es un buró de comunicación especializado en relaciones públicas, estrategia digital y contenidos temáticos.

David Clifton
david.clifton@moneo.mx
COO en Moneo

Alexandra Hernández
alexandra@orbitacentral.com
Directora General en Orbita