

# UN CONSUMIDOR EN REGENERACIÓN

NAUTA



# CONSUMO MÁS RESPONSABLE

En el hogar

Reciclaje en la  
vida diaria

Urbanismo y  
Arquitectura

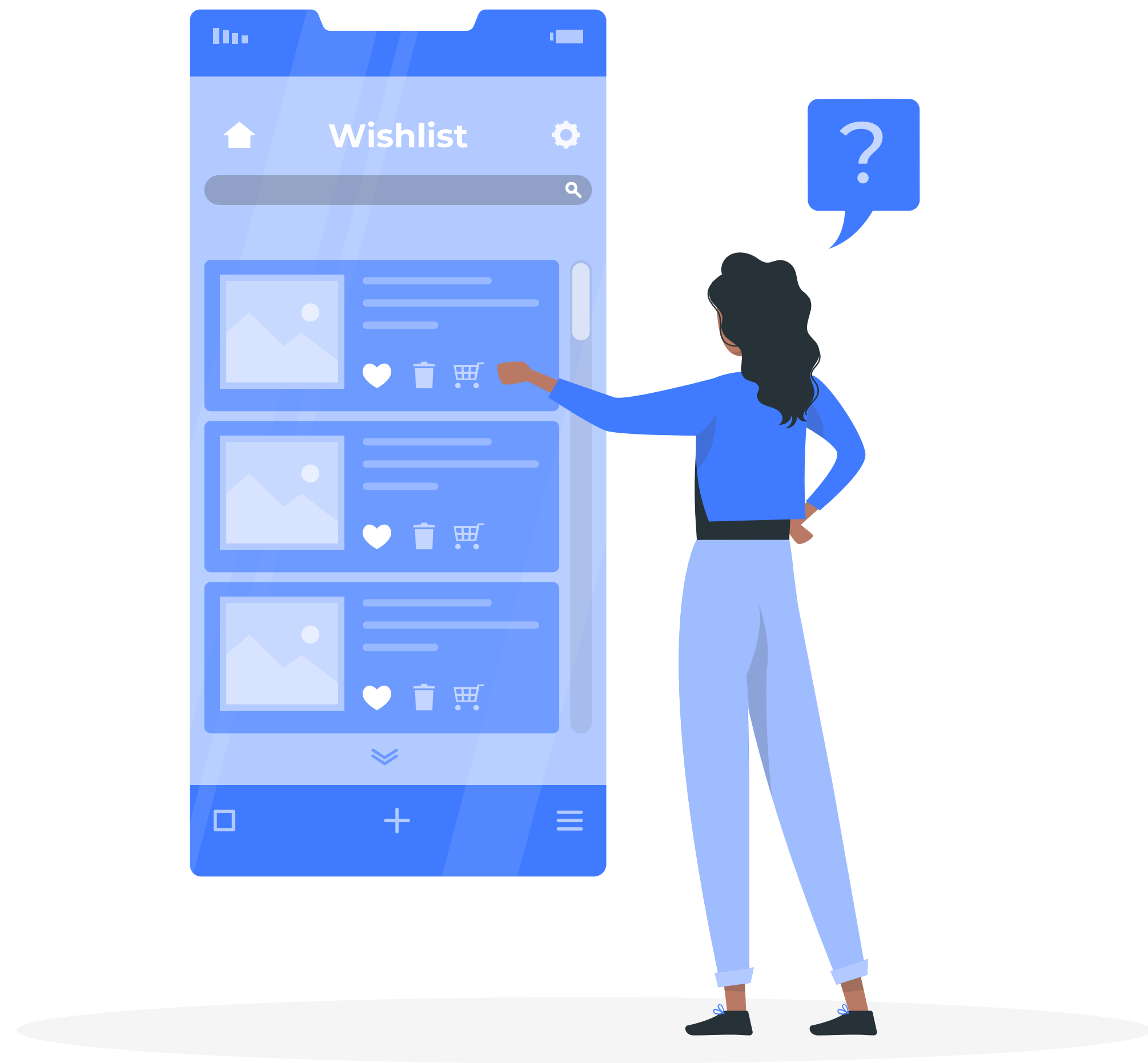
Energías y  
sostenibilidad

Comercio justo

Educación para  
la sostenibilidad

En el transporte

En el trabajo



Más presión a las empresas  
para regenerarse,  
**para restaurarse**



# Pasa en el mundo

en Sudamérica,  
en Paraguay,  
en Asunción,  
en nuestros barrios,  
en nuestras empresas



# DATOS

detrás de esta nueva  
generación

**de consumidores**

# EMBAJADORES CONCIENTES

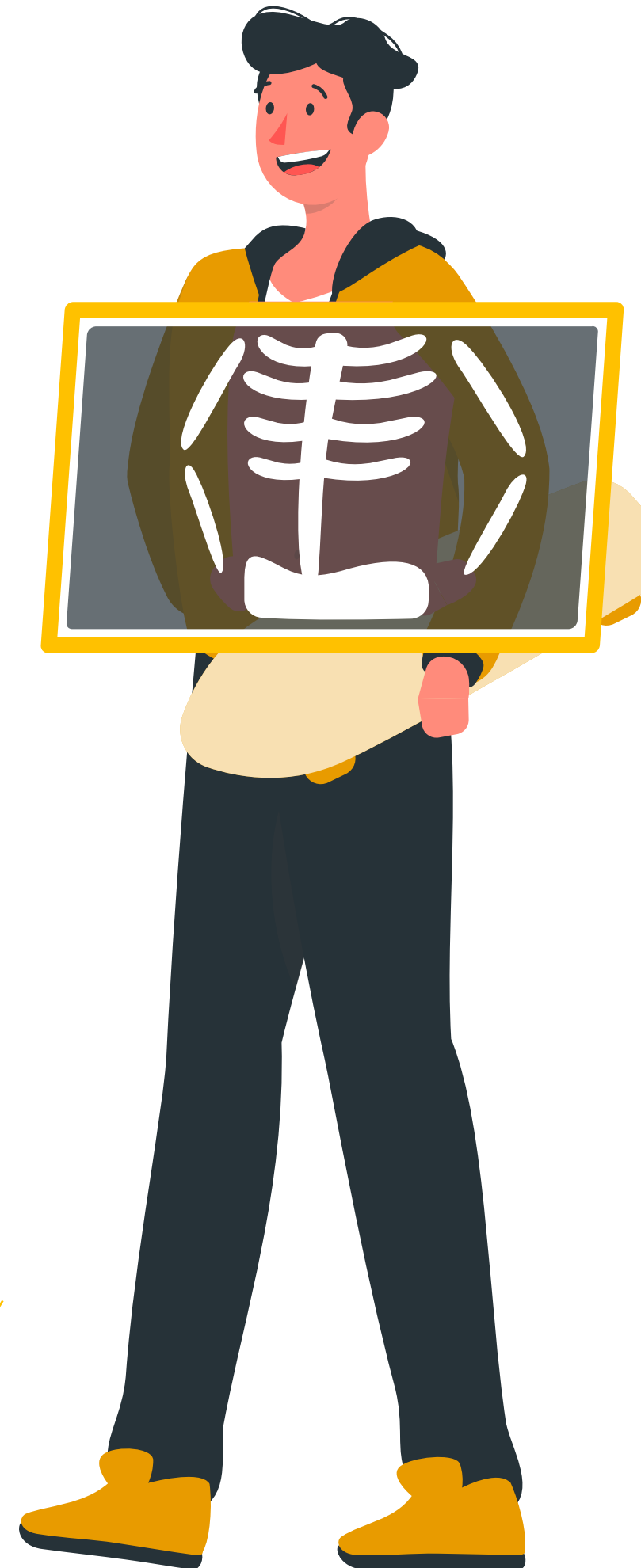
Sustentabilidad  
como forma de vida

Son ejemplo  
y maestros

Reparan,  
no reemplazan

Termos al salir

Dejan de comprar  
envases no reciclables

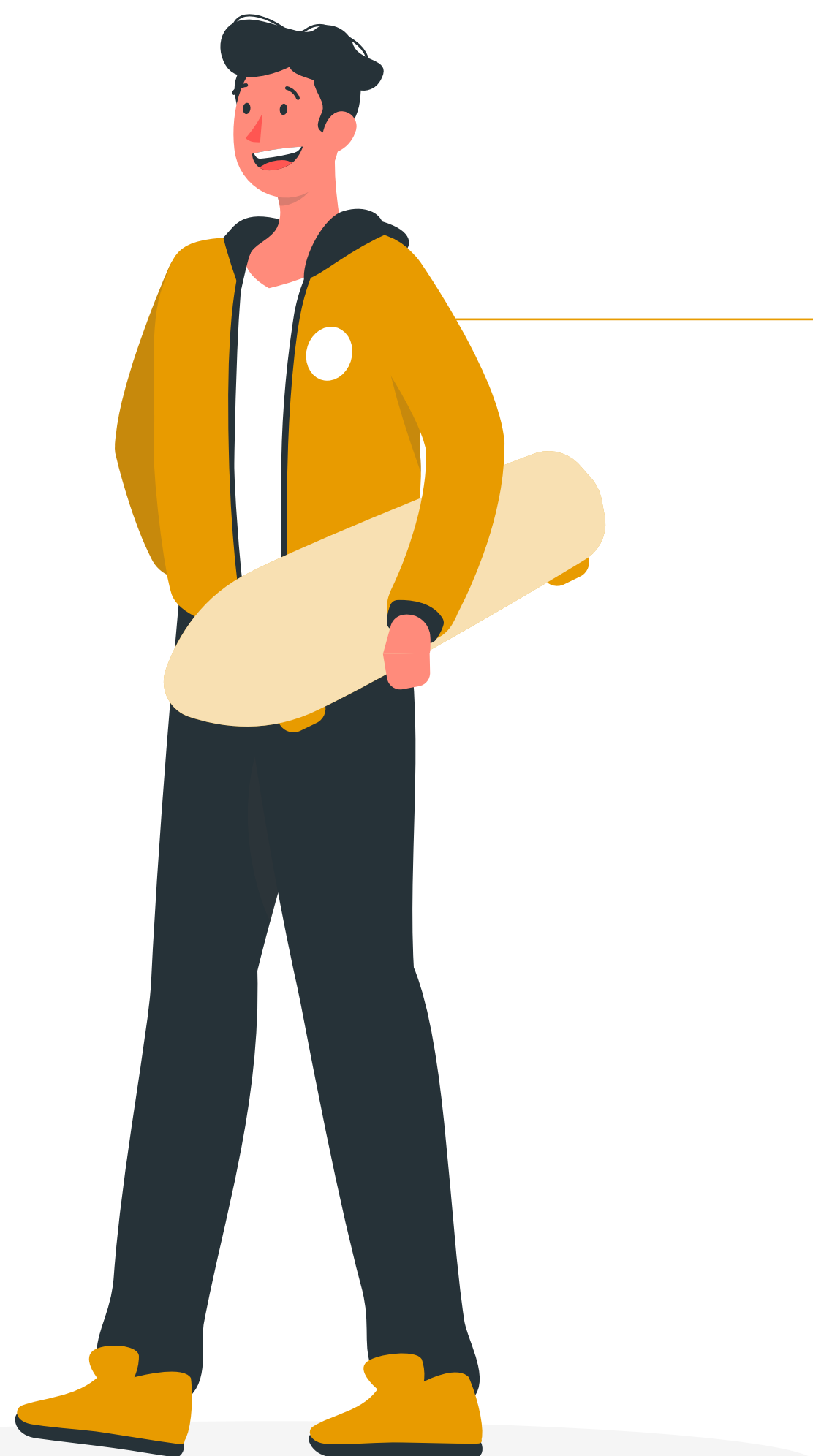


Denuncian, llaman la atención  
cuando algo no está correcto

Separan desechos orgánicos,  
inorgánicos, papel, plásticos

No compran a empresas  
que contaminan

Nunca a empresas que testean  
en animales



**EMBAJADORES  
CONCIENTES**

**4%**

# EMPÁTICOS SUSTENTABLES

generación con conciencia ambiental y social

responsables en sus hábitos de consumo

Sí practican, no enseñan

Luces o enchufes

No pajitas



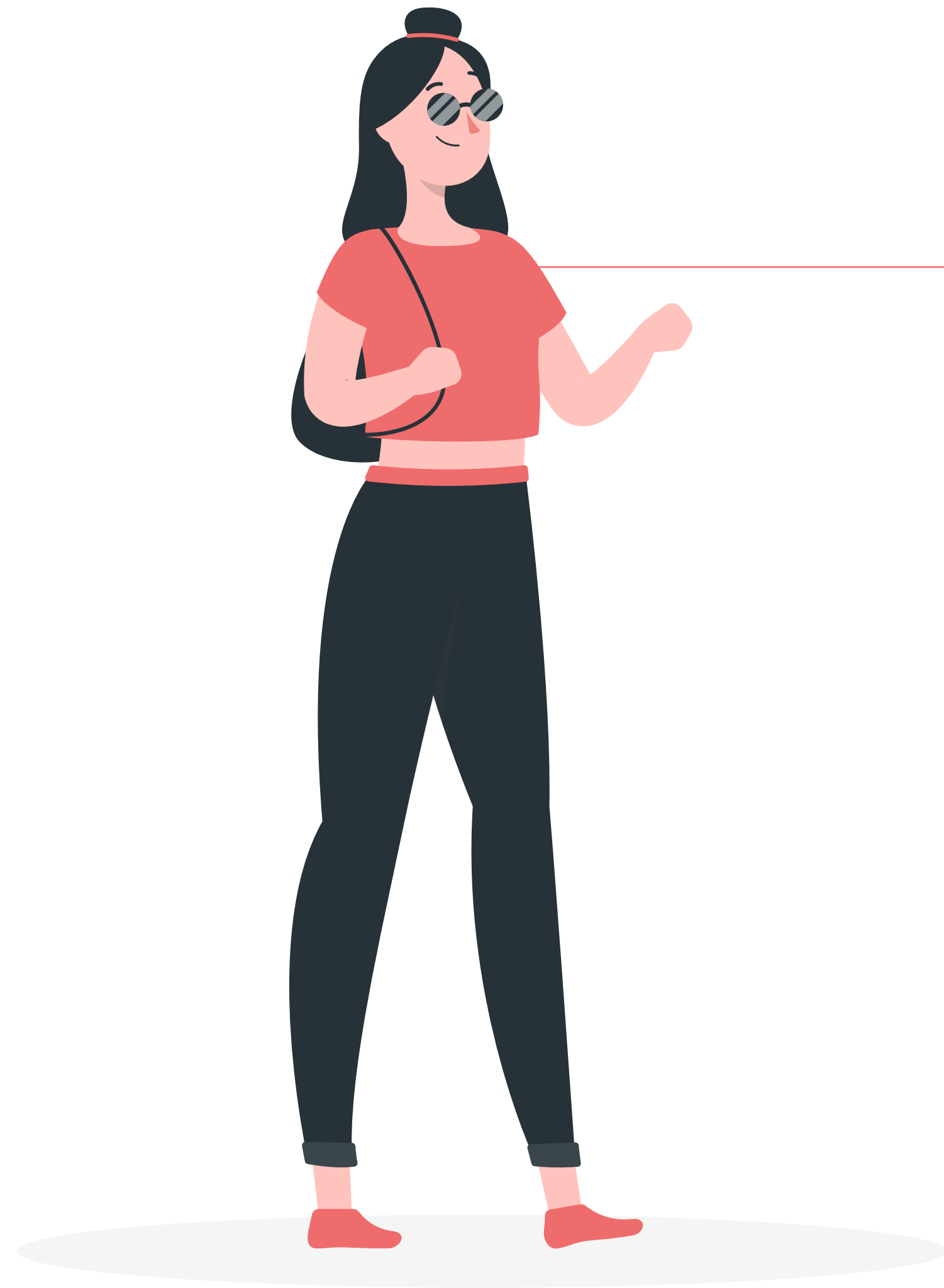
Tratamiento a desechos tóxicos

Basura vs Basura reutilizable

Alimentos orgánicos  
Mano obra nacional

prácticas de discriminación y/o explotación





**EMPÁTICOS  
SUSTENTABLES**

**35%**

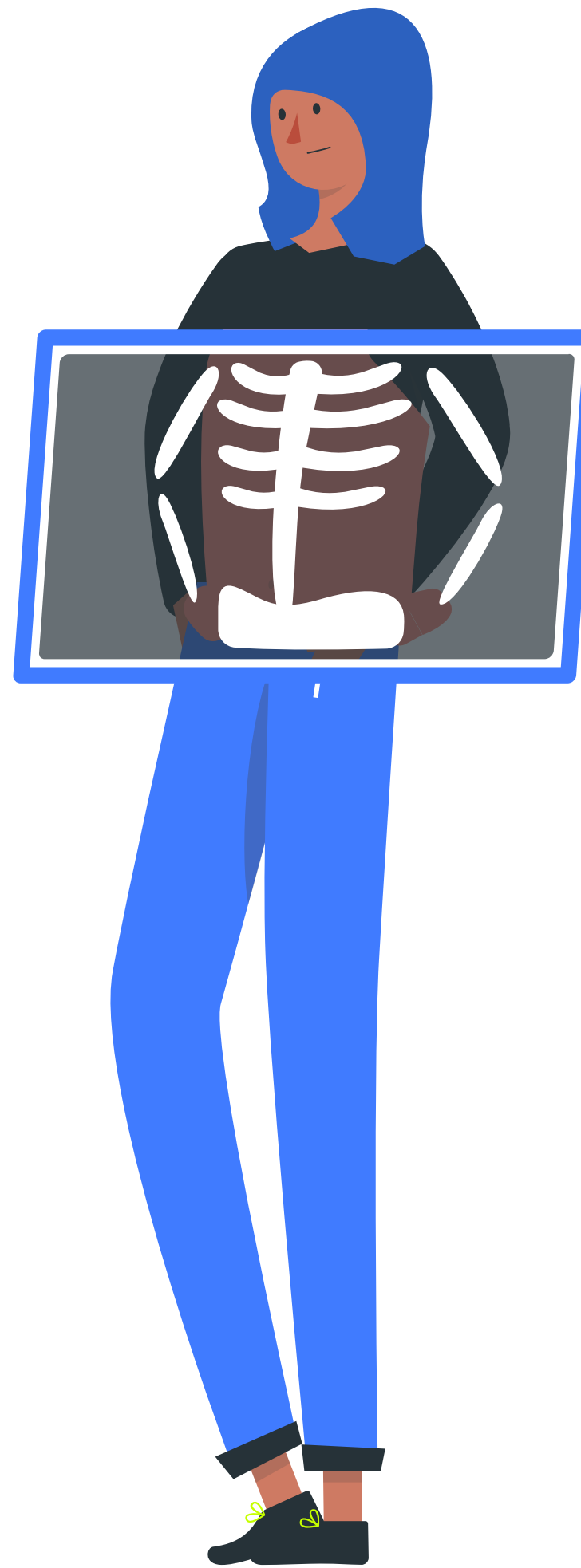
# SEGUIDORES SOSTENIBLES

Iniciando el proceso con prácticas básicas

Tienen consciencia sustentable

Sin esfuerzo adicional

No tiran basura a la calle



Apagan luces cuando no las utilizan

Intención de separar la basura

Compran a empresas con buenas prácticas



**SEGUIDORES  
SOSTENIBLES**

**31%**

# DISTANTES SUTILES

Sin rechazo ni involucramiento

donar a causas sociales, pero no trabajan

Desperdicio de luces o agua

No tiran basura a la calle



Manifiestan descontento a malos tratos

Les gustan las prácticas para ser un seguidor sostenible

No dejan de comprar a empresas con malas prácticas

Compran por precio



---

**DISTANTES  
SUTILES**

**21%**

# APÁTICOS INCONSCIENTES



No se plantean cambios de hábitos

No hablan de sostenibilidad

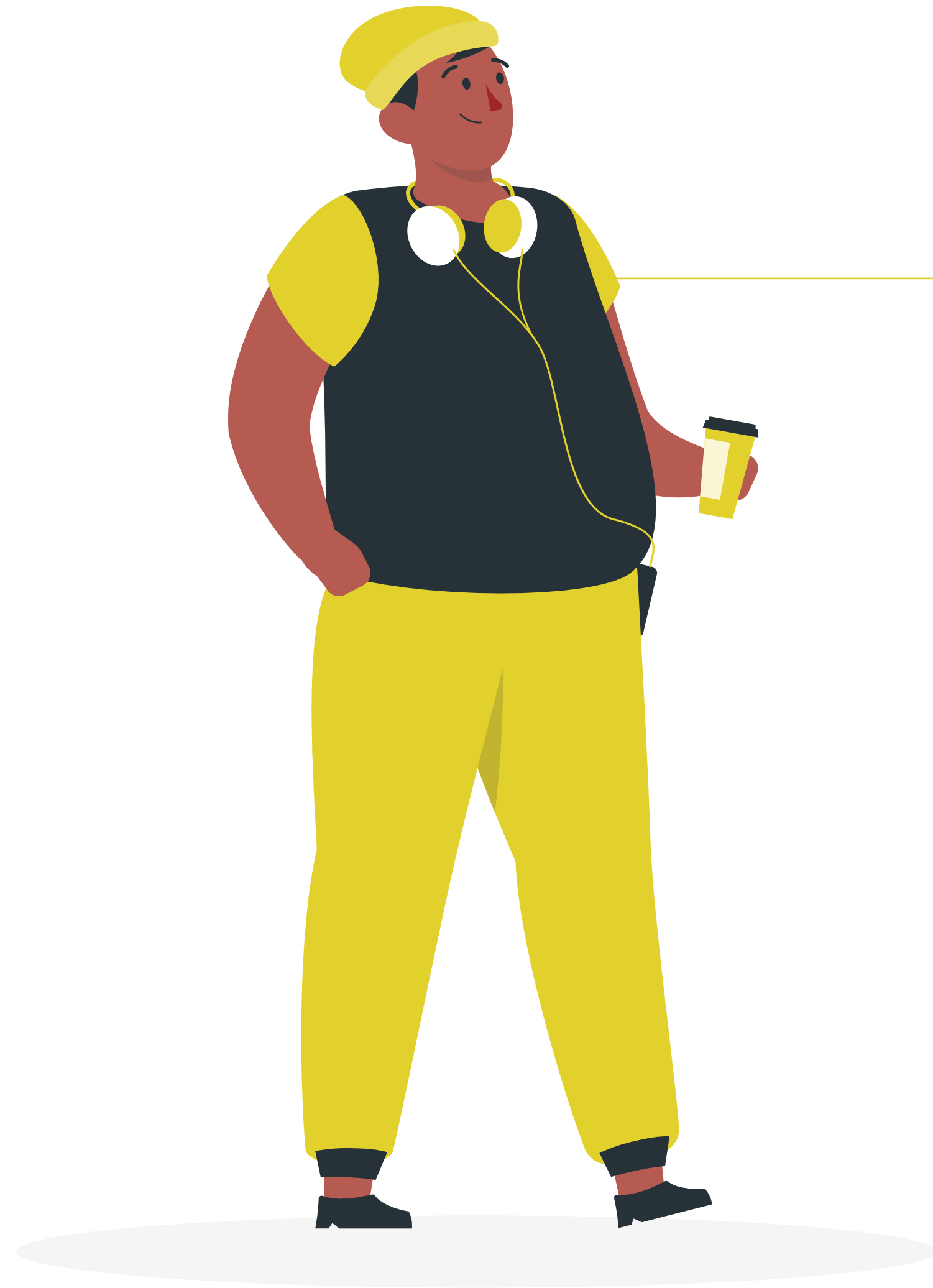
Caminar o andar en bici en distancias cortas

Plásticos 1 solo uso

No separan residuos

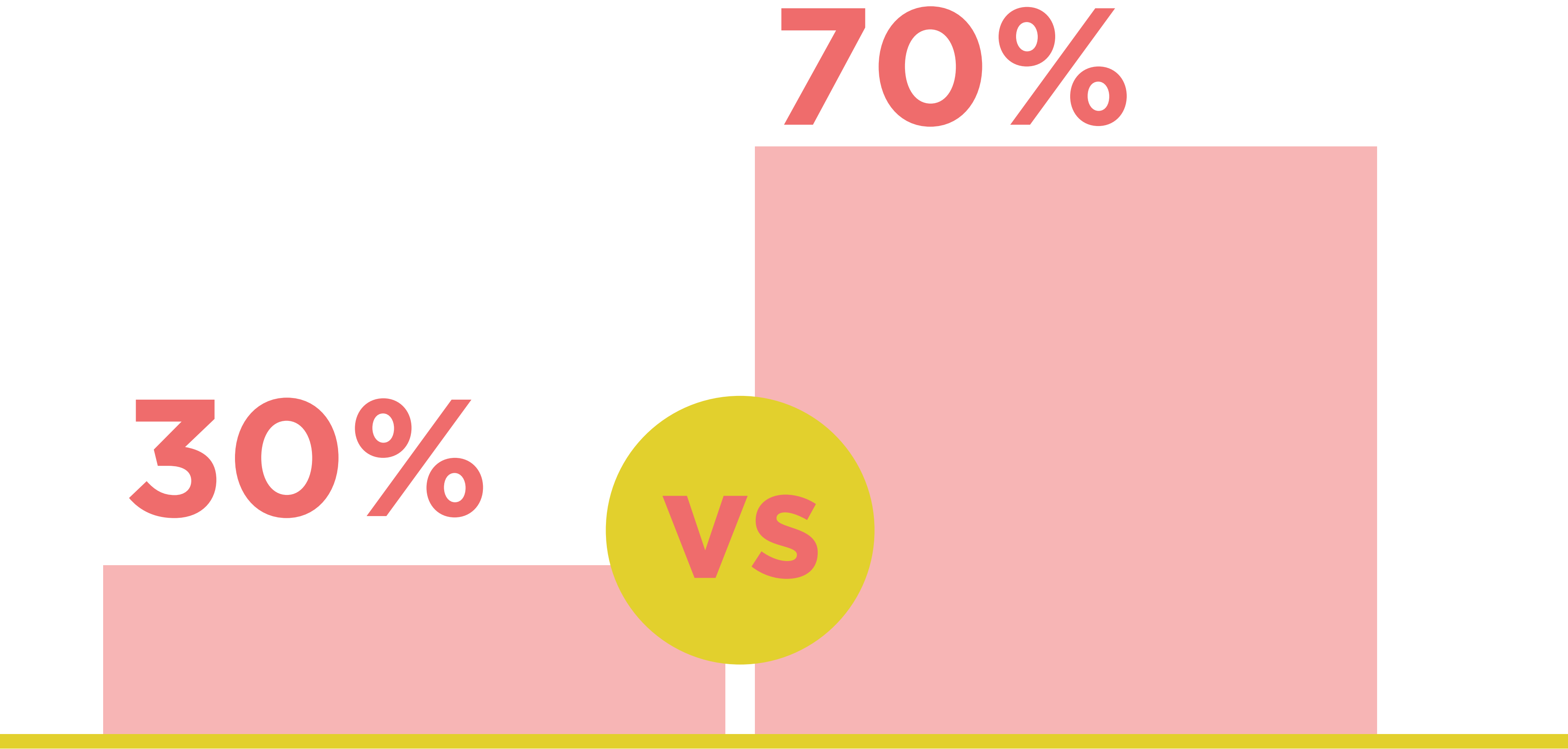
Bolsas reutilizables

Marcas en sus compras



**APÁTICOS  
INCONSCIENTES**

**9%**





# PROCESO EN LA REGENERACIÓN



# LA TRANSFORMACIÓN YA EMPEZÓ



# EL GRAN DESAFÍO DE LAS EMPRESAS





ACOMPañAR

Y POTENCIAR

MUCHAS GRACIAS





**NAUTA**