



¿Qué expectativas tienen los consumidores en Latam respecto de la **transparencia marcaria**?

“Es una manera de **asegurarme** que es una marca de **calidad/ elegir mejor**”
58%

98%
considera que **LA TRANSPARENCIA** es un must de las marcas.

“Si todos **exigimos** transparencia, la **sociedad empezaría a cambiar**. Es una manera de **involucrarse**” **59%**

¿Cómo es una marca transparente?



ABIERTA
94%



RESPONSABLE
64%



COMPROMETIDA
50%



Estamos ante un consumidor cada vez más **informado y exigente**.

91% de los consultados se preocupan por los **procesos de elaboración que utilizan en los locales de comida que visita habitualmente**.

«¿CUÁLES SON LOS 3 ASPECTOS QUE TE PREOCUPAN MÁS?»



Que las **cocinas** estén limpias e higiénicas

78%



Que el **personal de cocina** cuide su higiene

69%



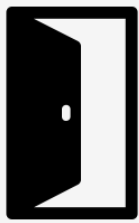
Que la **comida** se realice con **ingredientes de buena calidad**

58%



86%

“CONFÍO MÁS EN LO QUE PUEDO VER”



Puertas Abiertas

el detrás de escena de la preparación de las hamburguesas más famosas del mundo.

Desde la primera edición del programa Puertas Abiertas en 2014, las cocinas de McDonald's recibieron más de

8.000.000 DE VISITANTES

que fueron testigos, a través de visitas guiadas, de la ***OPERACIÓN** de los restaurantes, de la ***FRESCURA** de sus ingredientes, la ***CALIDAD** de toda la materia prima y las ***OPORTUNIDADES** de empleo que ofrece a los jóvenes

[9 de cada 10 considera que es una iniciativa modelo que otras marcas deberían realizar.]

83% Es una manera de **entender mejor los procesos** de los alimentos que se elaboran en McDonald's

81% Es una buena manera de **visibilizar el trabajo** que realizan los **jóvenes** en McDonald's

80% Es una forma de **romper mitos acerca de los procesos e ingredientes** que utilizan en McDonald's

72% Es una manera de **aprender** a cuidar la higiene y manipular los alimentos

71% Me parece **interesante** para conocer/ visitar con mis **hijos**

