

# ¿Son importantes los envases sostenibles?



## Actitudes de los consumidores sobre los envases y la sostenibilidad

Resumen de un informe encargado a GfK por parte de Pro Carton



**PRO CARTON**

Asociación de Fabricantes Europeos de  
Cartón y Envases de Cartón

## Resumen

---

Este informe muestra claramente que la sostenibilidad en los envases es importante y que los consumidores están interesados y preocupados por este tema. Más del 64% de los encuestados expresaron que los envases deberían estar compuestos por materiales respetuosos con el medio ambiente y a más del 55% les pareció que los envases deberían contener la menor cantidad de plástico posible. La gente es consciente de que los envases de cartón están hechos de un recurso renovable y de que los envases de cartón se pueden recuperar y reciclar de un modo más efectivo que otros materiales. Tal y como declaró un encuestado “El cartón o el papel se puede reutilizar de varias formas. Además, está fabricado de recursos renovables”. Los consumidores también creyeron que los envases hechos de cartón son más fáciles de reconocer en la estantería y uno dijo que “el plástico daña el medio ambiente y la apariencia del producto”.

## Introducción de Stéphane Thiollier – Presidente de Pro Carton

---



La sostenibilidad es un tema prioritario en todos los aspectos de la vida de las personas, por lo que Pro Carton tenía mucho interés en analizar en detalle las expectativas y los deseos de los consumidores con respecto a la sostenibilidad y los envases. También deseábamos examinar si existían diferencias en las actitudes entre diversos tipos de personas definidas como tipos diferentes de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), así como estudiar si había una disposición a pagar un precio adicional para garantizar la verdadera sostenibilidad en los envases.

Encargamos a GfK de Alemania analizar en detalle estas cuestiones y, aunque la encuesta que desarrollaron se llevó solo a cabo en Alemania, GfK nos advirtió de que, según su experiencia en toda Europa, creen que estos resultados se podrían reproducir en gran medida en la totalidad de Europa, en especial en Europa Occidental. Este folleto ofrece un resumen de las principales conclusiones de este informe exhaustivo y detallado; el texto completo del informe está a disposición de todos los miembros de Pro Carton.

Esperamos que lo encuentren interesante e informativo y que pueda servir para añadir más conocimientos sobre este tema vital y actual.

## Contexto y metodología – Thomas Bachl, Director General de GfK Alemania

---



El objetivo del estudio era abarcar las cuestiones siguientes:

- ¿Qué importancia tiene el envase en la decisión de compra?
- ¿Cuál es la importancia de los envases sostenibles?
- ¿Qué tipo de envase considera el cliente como sostenible?
- ¿Los consumidores de grupos de RSC diferentes tienen preferencias diferentes?

Al desarrollar este informe, también pudimos aprovechar la investigación que habíamos desarrollado junto con Roland Berger Strategy Consultants, en la que se identificaron cinco tipos diferentes de consumidores de RSC. Esto permitió que el informe estuviera más centrado y también puso de relieve las diferencias en las necesidades y las opiniones entre los diversos tipos de consumidores.

La investigación utilizó grupos de muestra para analizar las actitudes básicas y los ideales hacia los envases de tanto los interesados en la Responsabilidad Social Corporativa como de los no interesados. Además, se realizaron entrevistas en 2.500 hogares, obteniendo unos 500 de cada uno de los cinco tipos diferentes de consumidores. Y, por último, se determinó el comportamiento de compra en términos de preferencias de envase con un panel de 30.000 consumidores.



## Criterios de compra

Es fundamental establecer al principio cuál es la importancia de las diversas razones por las que los consumidores compran productos. Esto se discutió en los grupos de muestra y se descubrió que el envase es un elemento esencial en el proceso de adopción de decisiones. Se analizaron varios tipos diferentes de productos, pero en prácticamente todos los sectores los grupos de muestra opinaron que el envase era un elemento clave.

Criterios en la decisión de compra	Dulces	Bebidas calientes	Yogurt	Comestibles (pasta, arroz)	Congelados	Detergentes	Cosméticos
Calidad y resultado del producto		●●●	●●●	●●●			●●●
Marca	●●●	●●●		●●●		●●●	●●●
Precio		●●●	●●●	●●●	●●●		
Ingredientes	●●●	●●●	●●●	●●●	●●●		●●●
Naturalidad, orgánicos, ecológicos			●●●				●●●
Envasado, aspecto	●●●		●●●	●●●	●●●	●●●	●●●
Clase, forma del producto		●●●		●●●		●●●	

## Requisitos indispensables

También se pidió a los grupos de muestra un análisis más detallado en algunos de los criterios de compra para determinar cuáles son los elementos más importantes. Lo más importante en criterios de sostenibilidad: utilizar la menor cantidad de envase posible debe ser acorde con que el producto esté protegido adecuadamente. Pero que el envase sea reciclable y esté hecho de un material ecológico también se considera muy importante.

	Requisitos necesarios	Requisitos deseables
Función informativa	• Fecha de caducidad 4,5	• Aspecto 2,6
	• Envasado al vacío 4,3	• Información sobre la eliminación de residuos 3,0
	• Ingredientes 4,2	
	• Información de las calorías 3,6	
Función de sostenibilidad	• Envase pequeño 4,2	• Reutilización 3,1
	• Reciclable 4,0	
	• Material respetuoso con el medioambiente 3,8	
Función de comodidad	• Abre fácil 4,0	
	• Fácil manipulación 3,9	
	• Auto cierre 3,8	
Función de seguridad	• Protección del producto 4,2	
	• Estabilidad 3,8	

Media (1 = nada importante; ...; 5 = muy importante)

## Elementos de sostenibilidad importantes

Los diversos aspectos de la sostenibilidad se analizaron en mayor detalle con los grupos de muestra y cerca del 75% de los encuestados consideraron tan importante como que se utilice la menor cantidad de envase posible, que no sean envases dobles y que el envase sea reciclable. Casi dos tercios desean que los envases estén hechos de un material respetuoso con el medio ambiente y el 55% expresó que es importante que cualquier envase contenga la menor cantidad de plástico posible.

	Muy importante	Importante	Total
Debería utilizarse el menor envase posible	45	34	79
El producto no debería llevar doble envase	44	30	74
El envase debería ser reciclable	38	36	74
El material del envase debería respetar el medioambiente	28	36	64
El envase debería contener la menor cantidad de plástico posible	25	30	55
Reutilización del envase	13	25	37
Un envase de cartón es más respetuoso con el medioambiente que uno de plástico	41	38	79

Panel doméstico de GfK, muestra = 2.500, septiembre de 2009



## Diferentes grupos objetivo

Al desarrollar este informe, GfK empleó la investigación exhaustiva que había desarrollado en colaboración con Roland Berger Strategy Consultants para dividir la población en diferentes tipos de compradores. Analizaron a más de 40.000 personas y establecieron 5 tipos diferentes de compradores y también definieron las diferentes características que muestran estas distintas agrupaciones. Como se puede ver en el gráfico que aparece a continuación, los cinco grupos diferentes representan partes de la población casi exactamente iguales.



%-Datos = porcentaje de la población total

La razón para utilizar estos tipos de compradores diferentes fue que así sería posible comprender mejor las diversas necesidades y los requisitos de estos grupos y también muestra que los distintos tipos de compradores no reaccionan del mismo modo, así como que existe una divergencia importante en sus necesidades y opiniones.

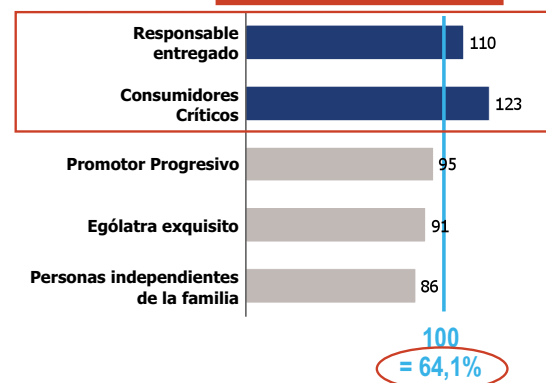
Se puede ver en los gráficos siguientes que las reacciones de los diversos grupos varían de manera considerable y que algunos grupos se centran más en unos ámbitos que en otros.



## Materiales ecológicos

En total más del 60% de los encuestados dijeron que es importante que el envase esté fabricado de un material ecológico. Pero el porcentaje de "responsables entregados" y "consumidores críticos" fue mucho mayor que las otras agrupaciones, con el grupo de "personas responsables de la familia" siendo el menor.

La importancia de: El envase debería incluir materiales respetuosos con el medioambiente

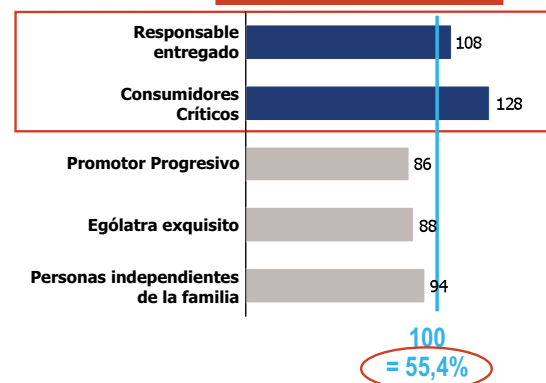


Panel doméstico de GfK, muestra = 2.500, septiembre de 2009

## El uso del plástico

Cuando se preguntó específicamente sobre el uso del plástico en los envases, más del 55% expresaron que les gustaría que los envases contuvieran la menor cantidad de plástico posible. Una vez más las cifras más altas procedían de los "responsables entregados" y los "consumidores críticos".

La importancia de: El envase debería contener la menor cantidad de plástico posible



Panel doméstico de GfK, muestra = 2.500, septiembre de 2009

## Reciclabilidad

Cuando se preguntó acerca de si los envases deberían ser reciclables, casi tres cuartos de los encuestados dijeron que esto era importante. Las diferencias entre las diversas agrupaciones no estaban tan marcadas como en los dos ejemplos anteriores y, por tanto, este puede considerarse un criterio clave para los envases esperados por todos los consumidores.

La importancia de: El envase debería ser reciclable



Panel doméstico de GfK, muestra = 2.500, septiembre de 2009





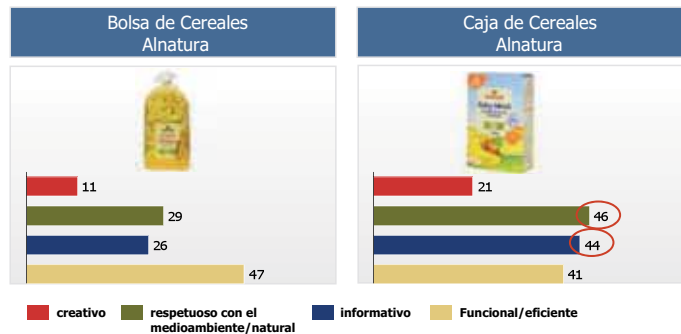
## Preferencias en los envases

A los consumidores se les pidió que examinaran diferentes tipos de envases para el mismo producto y que expresaran sus preferencias en términos de creatividad del envase, respeto del medio ambiente, información en él contenida y funcionalidad y eficiencia que sentían con el envase.

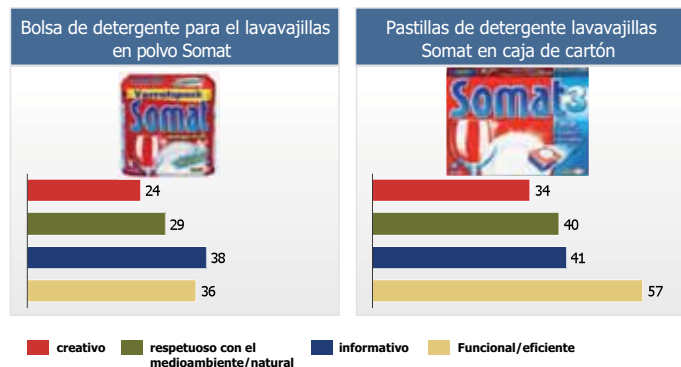
En el primer ejemplo para un producto de cereales, en tres de los cuatro criterios a los consumidores les pareció mejor el envase de cartón. Mientras que la bolsa de plástico se consideró más funcional y eficiente, en los otros tres campos el envase de cartón gustó casi el doble.

En el sector de detergentes los resultados fueron muy similares, con los plásticos como preferidos desde un punto de vista funcional y los envases de cartón seleccionados en todos los demás criterios.

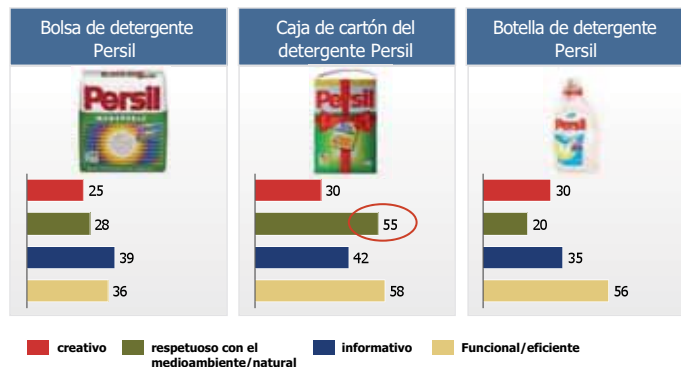
Por último, se evaluaron tres tipos diferentes de envases para el detergente Persil: una bolsa de plástico, una botella de plástico y una caja de cartón. Los tres tipos de envases se consideraron muy similares con respecto a su creatividad y la capacidad de transmitir la información. Pero la percepción de respeto del medio ambiente y naturalidad fue de más del doble para el envase de cartón, lo que muestra que los consumidores creen realmente que un envase de cartón es bueno para el medio ambiente y está hecho de un material natural.



Panel doméstico de GfK, muestra = 2.500, septiembre de 2009



Panel doméstico de GfK, muestra = 2.500, septiembre de 2009

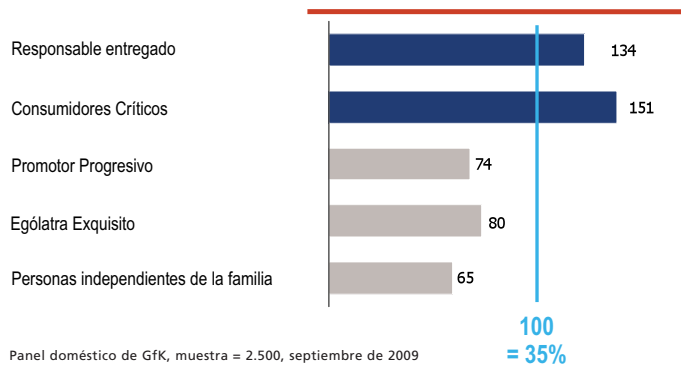


Panel doméstico de GfK, muestra = 2.500, septiembre de 2009



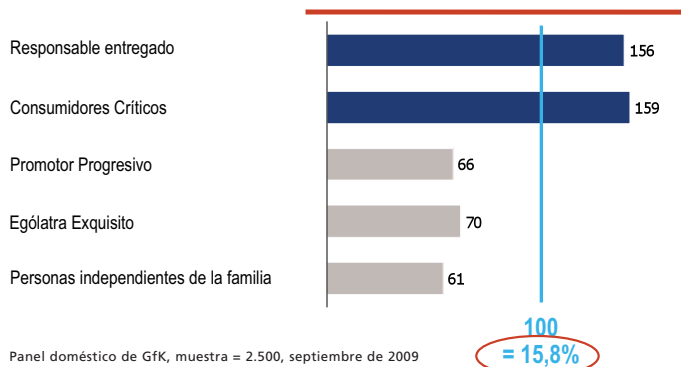
## ¿Cuál es la importancia de la sostenibilidad en los envases?

A todos los encuestados se les preguntó qué importancia tenía para ellos la sostenibilidad del envase a la hora de elegir qué productos comprar. Se puede observar de la tabla de al lado que, en conjunto, el 35% de todos los encuestados lo consideraron un aspecto importante a la hora de elegir qué comprar. Pero hay una clara diferencia entre los diversos grupos de compra con los "responsables entregados" y los "consumidores críticos" que ven este aspecto casi el doble de importante.



## ¿Los consumidores pagarán más por los envases sostenibles?

A 2.500 encuestados también se les preguntó si estaban de acuerdo con la afirmación "Estoy dispuesto a pagar un precio mayor por un envase ecológico". En conjunto el 15,8% de todos los encuestados dijeron que estaban de acuerdo o totalmente de acuerdo, pero de nuevo hubo una gran diferencia entre los diversos grupos de consumidores. Tanto los "responsables entregados" como los "consumidores críticos" estaban de acuerdo con la afirmación a un nivel mucho mayor y, al compararlos con las personas responsables de la familia, tenían casi tres veces más posibilidades de estar de acuerdo.





Pro Carton es la Asociación de Fabricantes de Cartón y Envases de Cartón. Su principal objetivo es fomentar el uso del cartón y los envases de cartón en propietarios de marcas y minoristas, así como en diseñadores, medios de comunicación y responsables de decisiones normativas como un medio de envase con un equilibrio económico y ecológico que juega un papel fundamental en la sociedad.

Para más información, visite [www.procarton.com](http://www.procarton.com)

#### **Pro Carton**

Richard Dalgleish – Director Ejecutivo  
E-mail: [dalgleish@procarton.com](mailto:dalgleish@procarton.com)  
Tel.: +44 1635 298192

Suzanne McEwen – Directora de Marketing y Comunicaciones  
E-mail: [mcewen@procarton.com](mailto:mcewen@procarton.com)  
Tel.: +43 1 218 6918

#### **GfK Panel Services Deutschland**

Dr. Christoph Tillmanns  
E-mail: [christoph.tillmanns@gfk.com](mailto:christoph.tillmanns@gfk.com)



**PRO CARTON**

Asociación de Fabricantes Europeos de  
Cartón y Envases de Cartón