

# La compra de productos envasados

El 58% de los consumidores españoles tiene en cuenta el formato de los envases de su cesta de compras. La elección de un formato u otro viene condicionada por las características de cada hogar, muy determinadas por el tipo de familia y edad en que se encuentra.



**E**n la compra de alimentación preferimos envases pequeños o en monodosis mientras que en la compra de droguería o higiene personal nos decantamos por tamaños grandes, asociados al ahorro.

Por detrás de precio y marca, el consumidor valora que los envases sean respetuosos con el medio ambiente. El 58% de los consumidores españoles tiene en cuenta el tamaño y el formato de los envases de su cesta de compras. Estas son las principales conclusiones del Estudio de factores socioeconómicos relacionados con la compra de productos envasados, realizado por Nielsen para Ecoembes, sociedad española sin ánimo de lucro encargada de la recolección selectiva y reciclaje de los envases ligeros (envases de plástico, latas y briks) y los envases de cartón y papel.

El estudio analiza las más de 5.000 referencias más compradas por 8.000 hogares españoles, en 100 categorías de productos, con el objetivo de diseñar una 'cesta tipo' del hogar medio español. Por otro lado, analiza los hábitos de consumo de dichos hogares y determina las prioridades y razones de elección de los tamaños y formatos de los productos envasados.

El estudio revela que no existe una cesta de la compra única del consumidor español, sino que la cesta de cada familia depende de las necesidades del hogar. Los usuarios no prefieren mayoritariamente los envases grandes o pequeños, sino que la elección de formatos depende de la adaptación del producto envasado a sus necesidades personales y familiares.

Jóvenes que viven solos, familias con niños y parejas maduras muestran hábitos de consumo muy diferenciados en función de su actividad laboral y el tiempo disponible en su hogar (grandes, pequeños, monodosis, etc.). Por ejemplo, aunque el formato líder en el mercado de aceite de oliva es, sin duda, la botella de plástico de 1L, se destaca que los jóvenes que viven solos eligen también la botella de vidrio de 750ml, mientras que la garrafa de 5L tiene una gran demanda en familias con niños. En el mercado de zumos destaca el uso del brik de 200 ml en familias con niños, muy utilizados para consumo fuera del hogar, mientras que las parejas mayores prefieren el formato de 1L y los jóvenes, grandes consumidores de zumos, se decantan por el formato de 2L.



## Formatos preferentes


En el sector de la alimentación envasada (conservas, leche, yogures, etc.), en general los consumidores prefieren envases pequeños y, preferentemente, en monodosis. Actualmente, las familias son poco numerosas y los envases grandes hacen que los productos les puedan caducar.

Los usuarios prefieren envases pequeños debido a la adaptación a sus necesidades y a la conservación del producto. No obstante, el motivo principal para la elección de envases con dosis individuales es la mejor adaptación de estos formatos a las necesidades de consumo fuera del hogar. Cuando se prefiere el envase grande, los motivos son fundamentalmente económicos.

En productos frescos (frutas, verduras, carne, pescado, etc.), los jóvenes prefieren comprar, cada vez más, productos envasados, frente a los de mayor edad que expresan su preferencia a que les atiendan, les recomienden y puedan escoger la cantidad de producto que desean. Las ventajas que ofrece un producto envasado (higiene, conservación del producto, comodidad y rapidez de no hacer colas) además de la propia información que se indica en las etiquetas de los envases (pesos, procedencia, fecha caducidad, etc.) son muy importantes para jóvenes y familias con niños.

En productos de droguería, los consumidores prefieren mayoritariamente el tamaño grande ya que se asocia al ahorro. Asimismo, los consumidores, especialmente los de mayor edad, se decantan por envases de recarga.

En envases de higiene personal (champú, gel, desodorantes, etc.), no existe una preferencia mayor por envases pequeños o grandes. El consumidor demanda envases manejables. Por ejemplo, en los productos como gel, el tamaño grande (1 litro) suele ser el preferido porque tiene un uso familiar. Sin embargo, en productos de uso más personal (desodorante, colonia) el tamaño requerido es más pequeño, ya que es habitual que cada miembro utilice una variedad distinta. Los usuarios demandan al menos 2 tamaños de envase porque el uso en viajes y/o gimnasios hace que se necesiten formatos más pequeños y más fácilmente transportables.

Por último, en relación con el grado de concientización medioambiental de los hogares españoles, se puede afirmar que el consumidor español considera que es necesario contribuir a la protección del medio ambiente pero, al mismo tiempo, reconoce que en sus decisiones de compra se antepone aspectos como el precio o la marca. 

**Fuente:** Ecoembes