

¿Por qué el formato botella es el preferido por los consumidores que consumen yogures enriquecidos?



Revista

La forma del envase es uno de los elementos más importantes en un yogurt funcional

El packaging es el elemento decisivo en la compra de yogures enriquecidos por delante de factores extrínsecos como el precio, los reclamos, la familiaridad del consumidor con el concepto y con el ingrediente funcional, esta es una de las principales conclusiones del estudio sobre la percepción que tienen los consumidores de los productos funcionales, realizado por [consumolab](#) [1].

[Consumolab](#) [1] realiza un **estudio sobre la percepción que tienen los consumidores sobre los productos funcionales**, concretamente, sobre los **yogures enriquecidos**.

La forma del envase es uno de los elementos más importantes en un yogurt funcional y, concretamente, el formato botella es el preferido por los consumidores, según los resultados obtenidos sobre la percepción que tienen los consumidores de los productos funcionales.

Resultados del estudio sobre yogur enriquecido

Entre los resultados principales obtenidos en el estudio, destacamos los siguientes:

- **Los consumidores consideran la forma del envase como el elemento extrínseco más importante en un yogurt funcional.** Concretamente el formato de botella es el preferido frente a otros como por ejemplo el formato brick y el formato doypack (bolsa de plástico sellada que está diseñada para permanecer en posición vertical)
- **Existen diferencias en la población en cuanto a su percepción de los alimentos funcionales**, encontrándose tres grupos de consumidores que difieren entre sí fundamentalmente en cuanto al tipo de información que consideran más importante en la comunicación del producto, así como en la confianza en los beneficios y la calidad de los alimentos funcionales vs los convencionales.

Así, por ejemplo, **un determinado segmento de población prefiere tener información en el propio producto sobre qué problemas de salud pueden evitar al consumir dicho alimento funcional, frente a otro segmento que prefiere tener información sobre los beneficios de su consumo en su organismo.**

En [esta presentación](#) [2] hay más información sobre el estudio:

Enlaces:

[1] <http://www.consumolab.es/>

[2] <http://es.slideshare.net/ainiappt/agr-fast-moving-consumer-goods-international-seminar>