

Estudio de la intención de compra de yogurt, basado en variables de diseño y materiales de los envases en el contexto de la población estudiantil de las instituciones de educación superior de Cuenca.

Damariz Carolina Asanza Matamoros

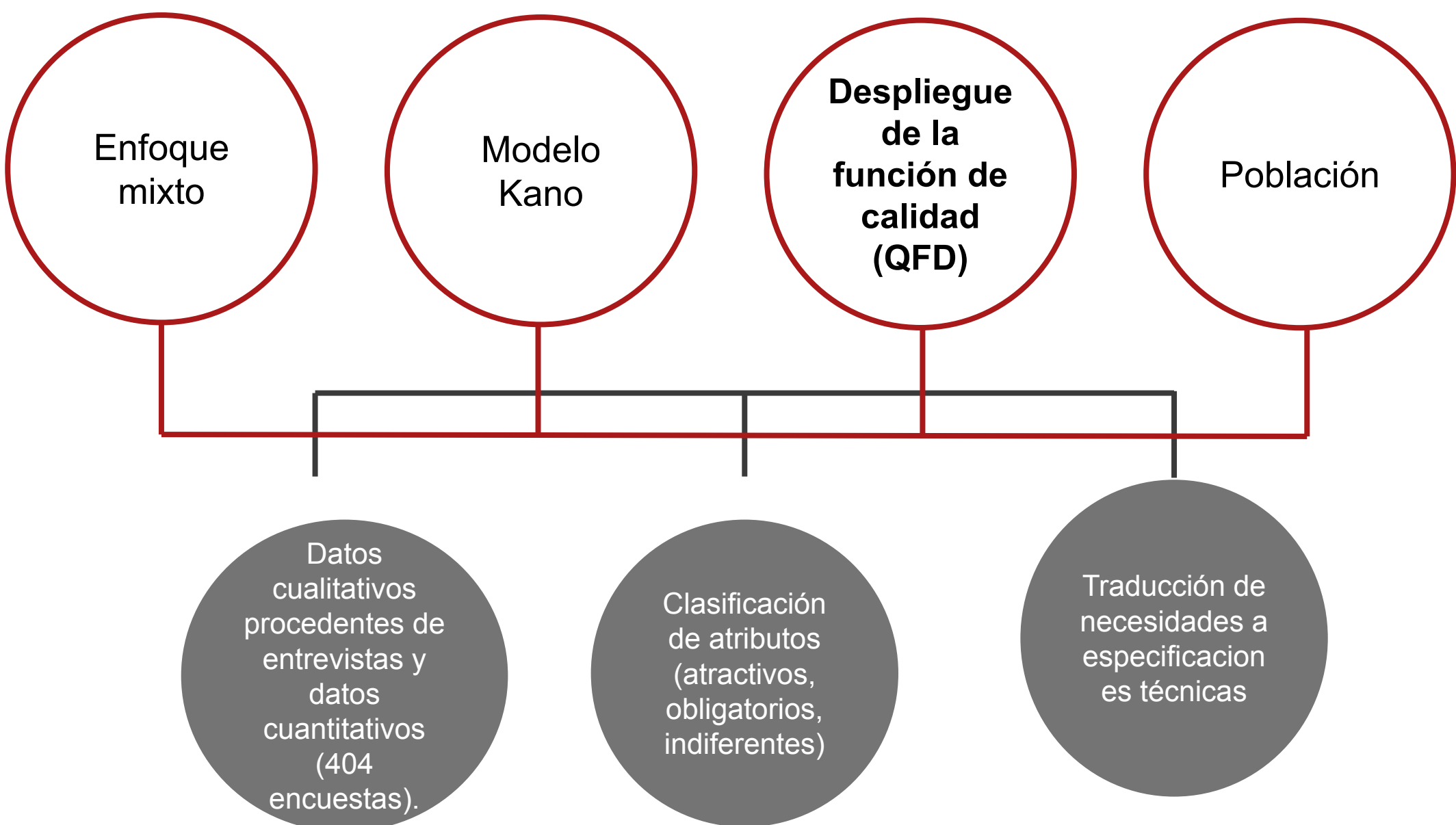
El estudio evalúa cómo el diseño y los materiales del envase del yogur influyen en la intención de compra de los estudiantes de Cuenca, destacando que las opciones sostenibles y ergonómicas, en particular el vidrio, son las preferidas.

Objetivos

Evaluar la influencia del diseño y los materiales del envase en la intención de compra de yogurt.

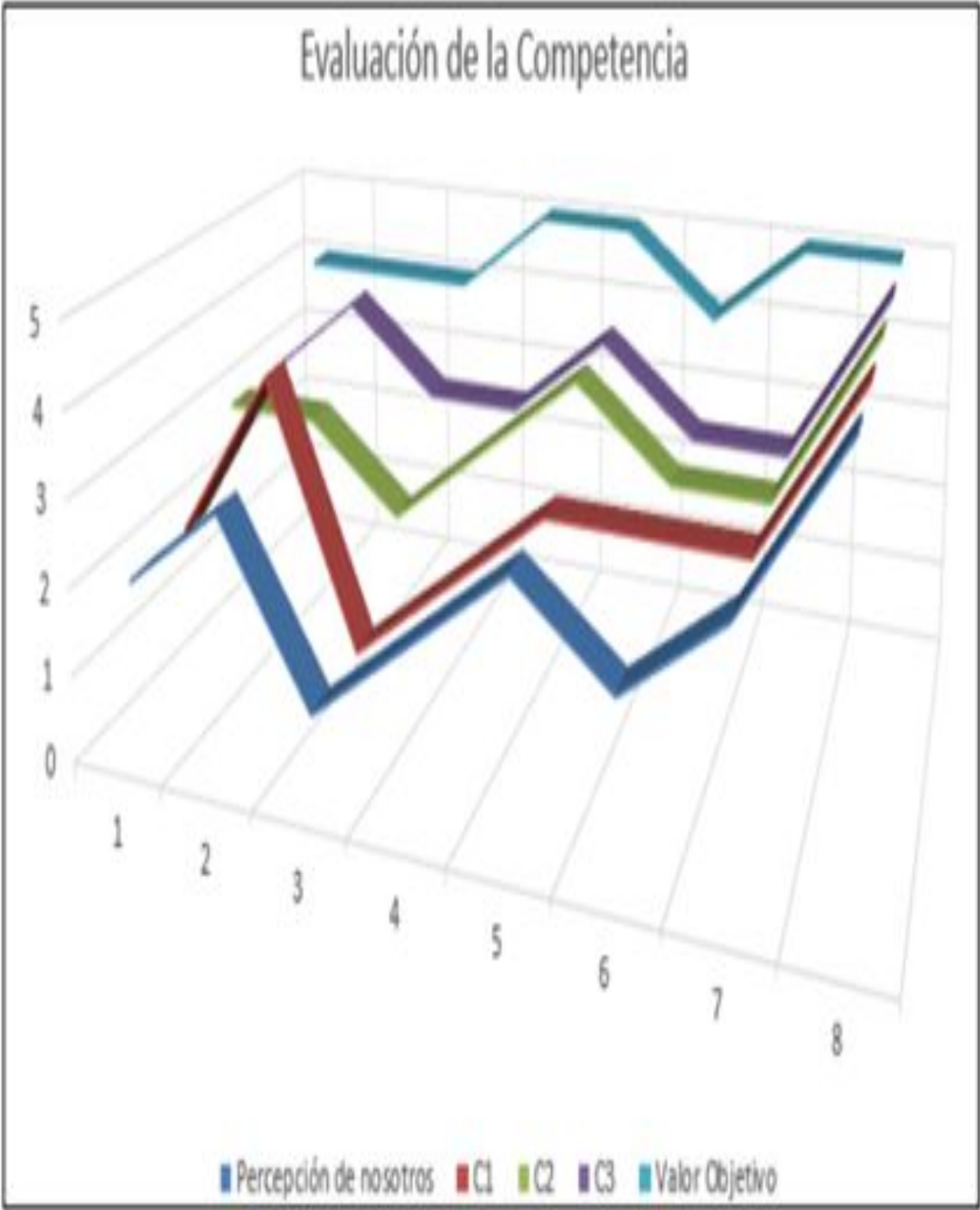
Identificar el producto lácteo más relevante para el estudio.
Determinar las preferencias del consumidor en cuanto a diseño y materiales.
Generar y evaluar conceptos de empaque.

Metodología



Fotos

QUÉ (REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE)		Puntuación	PRIORIDADES DE LOS REQUISITOS DEL CLIENTE				
			Valor Objetivo	Tasa de Mejora	Valor estratégico	Importancia Compuesta	Importancia Relativa
Elaborado de material biodegradable o reciclable	1	77%	4	2,0	2	15,4	19%
Envase con forma y agarre ergonómico	2	63%	4	1,3	1	4,2	5%
Envase reutilizable o retornable (vidrio)	3	63%	4	4,0	2	25,1	31%
Facilidad para almacenar, transportar, servir, abrir o cerrar el	4	60%	5	2,5	2	15,0	18%
Presentación llamativa y logo atractivo	5	56%	5	1,7	2	9,4	12%
Envase de fácil vaseado del producto	6	54%	4	2,0	1	5,4	7%
Etiqueta con alta calidad de imagen y letra legible	7	51%	5	1,7	1	4,3	5%
Tamaño del envase proporcional a la cantidad de producto	8	50%	5	1,0	1	2,5	3%



Resultados y Discusión

Resultado 1

Características más valoradas:
Material biodegradable/reciclable (77%).
Diseño ergonómico (63%).
Embalaje reutilizable/retornable (63%).

Resultado 2

Diseño 1: Envase de HDPE (plástico reciclable).
Diseño 2: Envase de PET reutilizable.
Diseño 3: Envase de vidrio retornable.

Resultado 3

El diseño 3 recibió la puntuación más alta (3,77/5) por su atractivo estético, funcionalidad y sostenibilidad percibida.

Conclusiones y propuestas

Las variables de diseño y los materiales influyen significativamente en la intención de compra.

El diseño 3 (vidrio) fue el más aceptado, lo que destaca la importancia de la sostenibilidad.

Recomendación: Desarrollar nuevos diseños combinando los criterios ganadores (por ejemplo, vidrio con ergonomía).

Estos hallazgos resaltan la importancia de combinar sostenibilidad y estética para captar la atención del consumidor.

Contactos



titulación.cii@ucuenca.edu.ec

Palabras Clave

Diseño de envases

Materiales biodegradables

Intención de compra

Yogurt

Sostenibilidad

Conoce más en el Qr

