

**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

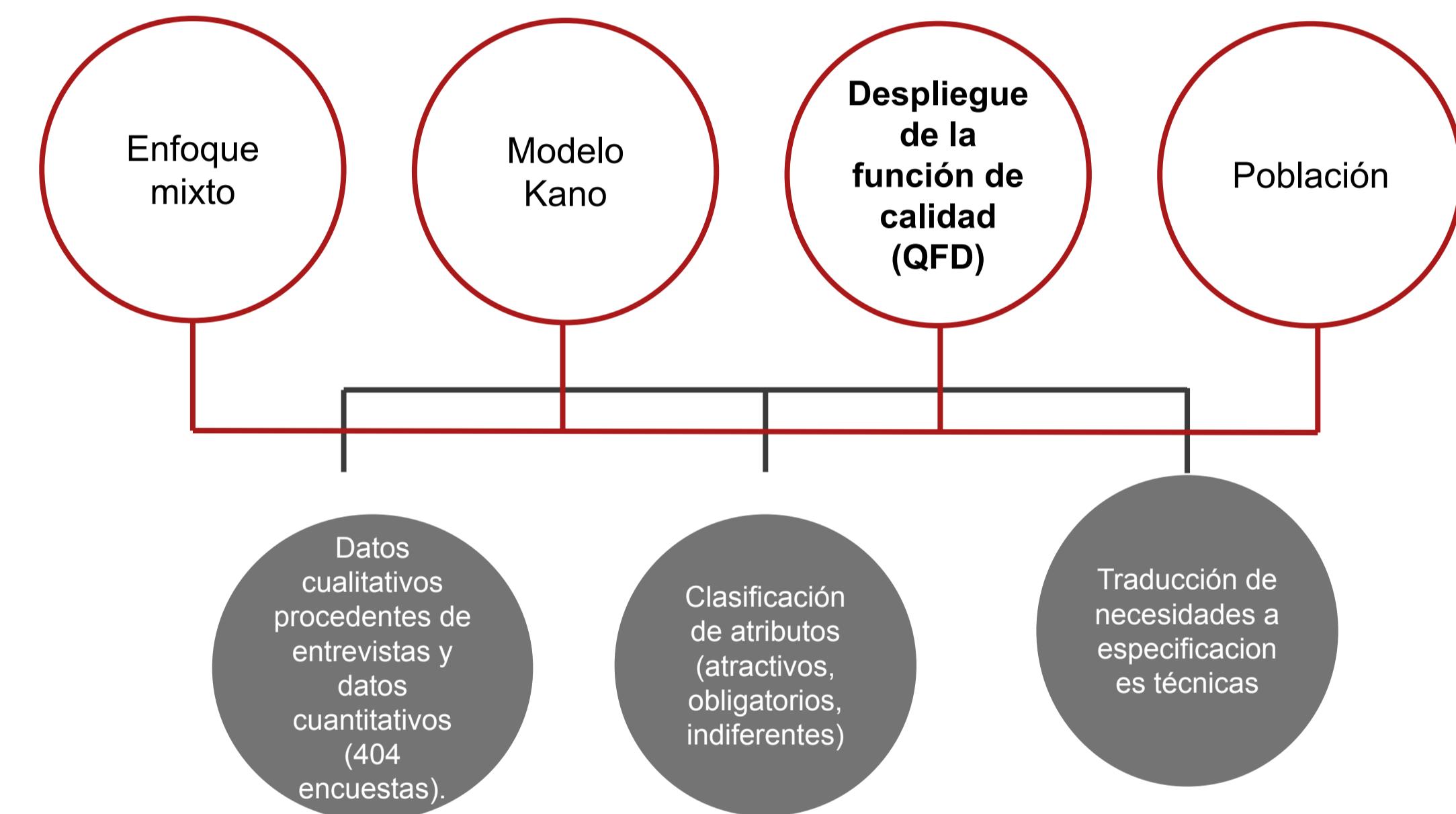
El estudio evalúa cómo el diseño y los materiales del envase del yogur influyen en la intención de compra de los estudiantes de Cuenca, destacando que las opciones sostenibles y ergonómicas, en particular el vidrio, son las preferidas.

**Objetivos**

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

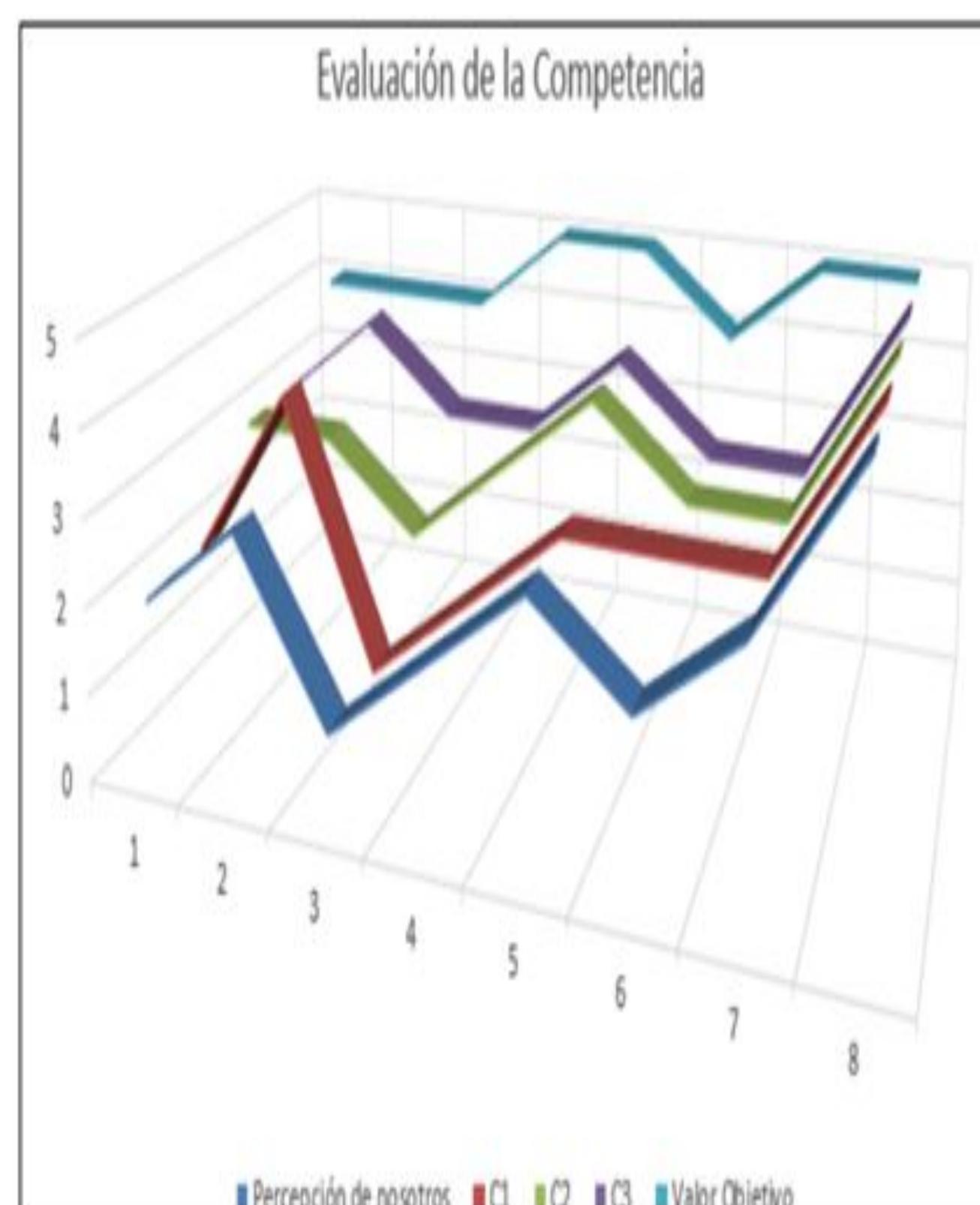
Identificar el producto lácteo más relevante para el estudio.  
Determinar las preferencias del consumidor en cuanto a diseño y materiales.  
Generar y evaluar conceptos de empaque.

**Metodología**



**Fotos**

QUÉ (REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE)	Puntuación	PRIORIDADES DE LOS REQUISITOS DEL CLIENTE					
		Valor Objetivo	Tasa de Mejora	Valor estratégico	Importancia Comprueba	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	58%	5	1,7	2	9,4	12%
Envase de fácil manejo 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**



titulacion.cii@ucuenca.edu.ec

**Palabras Clave**

Diseño de envases

Materiales biodegradables

Intención de compra

Yogurt

Sostenibilidad

