



Informe de 2020 sobre tendencias medioambientales del consumidor

Una muestra de nuestro informe global sobre la percepción de los consumidores acerca de asuntos medioambientales.



Introducción.

Con más del 78 % de los consumidores del mundo preocupados por el medio ambiente, la industria de alimentos y bebidas debe dar forma a una era nueva y sostenible.

Para comprender mejor los desafíos a los que se enfrenta la industria, Tetra Pak ha encuestado a 4800 consumidores de 16 mercados diferentes en todo el mundo para explorar y comprender sus actitudes hacia el medio ambiente.

La investigación tiene como objetivo comprender y explorar las percepciones de los consumidores sobre los siguientes aspectos medioambientales:

ACTITUD MEDIOAMBIENTAL:

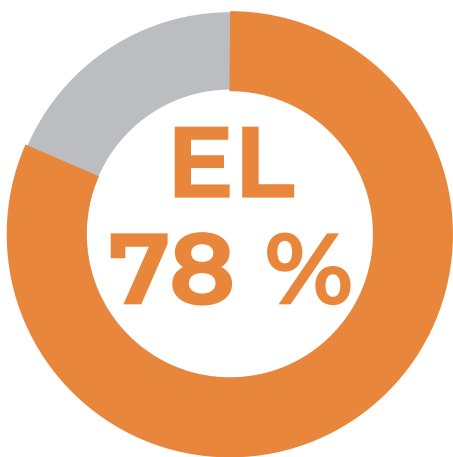
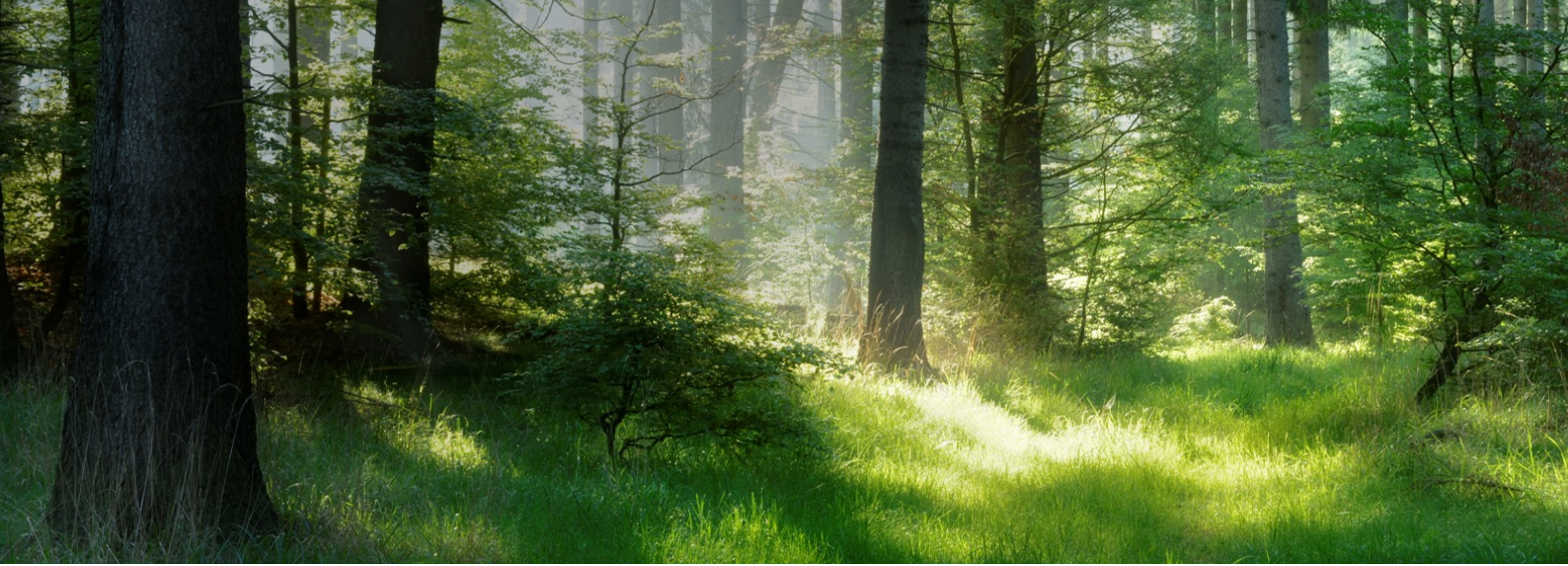
Preocupaciones medioambientales, envases respetuosos con el medio ambiente y conocimiento sobre términos medioambientales

DESPERDICIO DE ALIMENTOS:

Comportamientos relacionados con el desperdicio de alimentos

ECONOMÍA CIRCULAR:

Comportamientos relacionados con la recogida y el reciclaje de envases



de los
consumidores
**se muestra
preocupado por el
medio ambiente**

Las 6 principales preocupaciones de los consumidores son:

- **Contaminación (82 %)**
- **Plástico en el océano (80 %)**
- **Calentamiento global (77 %)**
- **Agotamiento de los recursos naturales (77 %)**
- **Desperdicio de alimentos (77 %)**
- **Deforestación (77 %)**

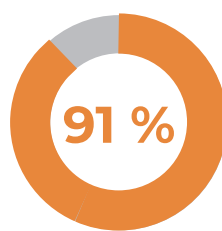
El reciclaje es importante.

La capacidad de reciclaje es el aspecto más importante cuando los consumidores piensan en envases respetuosos con el medio ambiente. Nuestra investigación demuestra que reciclarían más si hubiera más puntos de recogida y más información sobre la recogida y la eliminación en los envases.

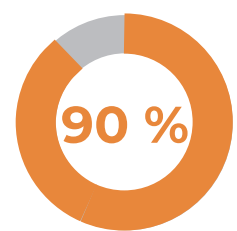
Comprensión del reciclaje.

En lo que respecta al término "envase reciclable", el 75 % de los consumidores lo considera un término conocido. El tema del reciclaje en general es de relevancia mundial entre los consumidores.

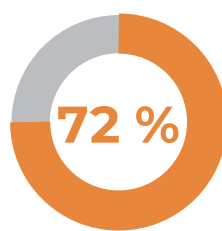
En los países detallados a continuación, el porcentaje de consumidores que muestran preocupación por el medio ambiente es el siguiente:



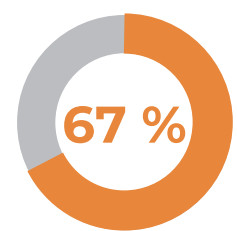
Tailandia



Sudáfrica



Estados Unidos



Reino Unido



Razones por las que los consumidores creen que es importante reducir el desperdicio de alimentos:

El 52 %

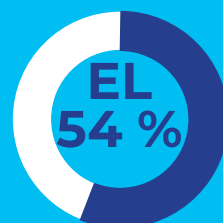
quiere conservar el medio ambiente para las generaciones futuras.

El 48 %

cree que reducir el desperdicio de alimentos ayuda a ahorrar dinero.

El 43 %

quiere hacer algo útil por la comunidad.



de los consumidores estadounidenses quieren reducir el desperdicio de alimentos para ahorrar dinero.

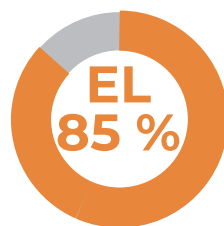
La economía circular se comprende mejor cuando se vincula a términos de reciclaje

Solo el 34 % de los consumidores entiende el término 'economía circular' y su concepto no muestra una gran relevancia en comparación con otros. Sin embargo, el interés del consumidor aumenta cuando la economía circular se vincula a las rutinas diarias de reciclaje y cuando el término se explica claramente con un lenguaje fácilmente comprensible para el consumidor.

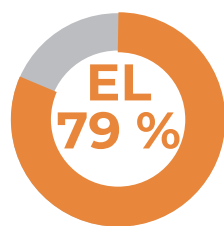
En una economía circular, los fabricantes diseñan sin generar residuos, reutilizan y reciclan materiales y regeneran sistemas naturales para reducir el impacto de la industria en el medio ambiente. Es una idea poderosa y una parte esencial de la sostenibilidad en la actualidad.

'Reciclable' y 'economía circular'.

El término 'reciclable' se entiende de forma generalizada en todos los países, mientras que el término 'economía circular' registra un mayor índice de concienciación en algunos países, como Tailandia, por ejemplo.



de los consumidores en Tailandia comprende el término concreto **'envase reciclable'**.



de los consumidores en el Reino Unido, considera que la frase **'Recycle su envase'** es relevante en lo que respecta al reciclaje.



Gracias por leer este informe.

Convierte la información
en acción.

Tetra Pak posee la experiencia que necesitas en marketing y sostenibilidad para transmitir a tus consumidores una historia impactante. Nuestros conocimientos te pueden ayudar a dirigirte a tu mercado con credibilidad y a destacar entre los demás.

[Obtén más información](#) sobre nuestras soluciones sostenibles.