

Ambiente é factor cada vez mais importante nas decisões de compra dos consumidores

21 de Julho, 2015

Num estudo ambiental realizado a 6 mil consumidores em 12 países, mais de três quartos dos inquiridos referem que o perfil ambiental das embalagens tem influência na marca de bebidas que compram. Realizado pela Tetra Pak, o estudo revela um “apetite crescente” dos consumidores por produtos que respondem de forma favorável às questões ambientais. Quando inquiridos sobre os seus hábitos de compra recentes, dois terços dos consumidores dizem ter comprado produtos com um perfil ambiental responsável mesmo quando o seu preço é superior, enquanto cerca da mesma proporção refere ter evitado marcas ou produtos específicos devido a questões ambientais.

Os factores ambientais foram uma influência consideravelmente mais forte na escolha das marcas de bebidas nos mercados em desenvolvimento como a China, Turquia, Brasil e Índia do que em mercados mais desenvolvidos como o Reino Unido, EUA ou Japão. De facto, na Índia, China e Turquia, mais de 60% dos inquiridos afirmaram procurar sempre informações ambientais sobre as bebidas que compram em comparação com menos de 25% que referem fazê-lo nos EUA, Reino Unido e Japão.

Uma investigação paralela realizada junto de produtores de alimentos revelou que a maioria tem incluído as questões ambientais na sua estratégia de negócios. Mais de metade estão agora centrados na utilização de matérias-primas provenientes de fontes geridas de forma responsável, com a utilizações de matérias renováveis como fator-chave na diferenciação dos seus produtos. “Hoje em dia, os consumidores esperam que as empresas façam mais pelo ambiente e verificam cada vez mais as informações ambientais sobre os produtos antes de os comprarem. Enquanto parceiro das indústrias de laticínios e bebidas, a Tetra Pak está empenhada em ajudar os seus clientes a responder às expectativas dos consumidores, assumindo uma abordagem de ciclo de vida total nos produtos que fornece”, disse Mário Abreu, vice-presidente da Tetra Pak para o Ambiente. “Isto inclui: utilização de matérias-primas provenientes de fontes responsáveis, melhoria contínua da eficiência energética das suas linhas de tratamento e enchimento, desenvolvimento de produtos com maior incorporação de materiais renováveis e que facilitem o processo de reciclagem e fornecimento de serviços especializados para apoiar os nossos clientes na diminuição do impacte ambiental das suas operações”, concluiu.