

LO PREFIERES O LO PREFIERES

Posted on 11 mayo, 2014 by Rosendo Pérez Isidoro



Category: [Notas breves](#)

Tag: [Nota breve sociales](#)



En los últimos años hemos visto cómo una gran diversidad de productos han ido ganando mercado gracias a sus "calidades" benéficas (mercado justo, origen orgánico, biodegradable).

Pero ¿de qué manera influye este tipo de etiquetado en la preferencia de los consumidores? ¿Es solo mercadotecnia con el fin de obtener más ganancias por un mismo producto? Un estudio sueco

realizó una serie de experimentos con el objetivo de estudiar la influencia del *marketing* ecológico sobre la predisposición preferencial de los consumidores hacia productos etiquetados como "eco-amistosos". Se reclutaron alrededor de 170 personas a través de un cuestionario relacionado con el consumo de productos eco-etiquetados. Los autores clasificaron en dos principales grupos a sus participantes, consumidores de alta y de baja sustentabilidad. Los participantes, fueron reclutados para que degustaran dos tazas de café y eligieran la de su preferencia. Aunque una de las tazas fue etiquetada como "eco-amistosa" y la otra no, ambas tenían el mismo contenido (de la misma marca e infusión). Los resultados revelaron que existe un efecto preferencial hacia los productos debido al uso de eco-etiquetas. Se observó que existe preferencia y predisposición para pagar más por un producto marcado arbitrariamente como "eco-amistoso" sobre un producto que no lo es. Pero además, el estudio también reflejó que el *marketing* ecológico puede llegar a incrementar la percepción sensorial de los consumidores acerca de las propiedades gustativas de los productos eco-etiquetados. Sin embargo, el estudio también reveló que aunque los consumidores prefieran un producto alternativo al eco-etiquetado, debido a su sabor o a alguna otra propiedad del producto, los consumidores se inclinan por comprar productos eco-marcados, debido quizá a un compromiso moral. C²

P. Sörqvist, et al, *PLoS ONE* 8(12): e80719. doi:10.1371/journal.pone.0080719