

Etiquetado: Una oportunidad para fortalecer la relación con el consumidor

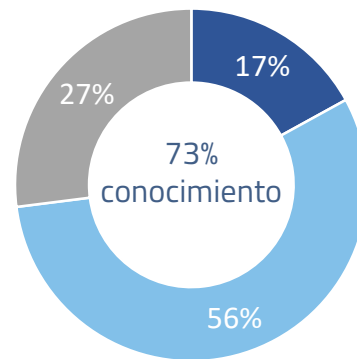


Conocimiento/relevancia de la ley de Etiquetado frontal de alimentos



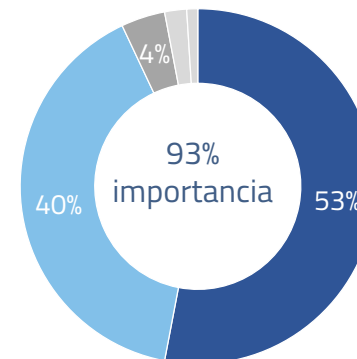
La **ley de etiquetado frontal** está presente en la mente del consumidor **uruguayo**, quien la considera **importante** y cree que **influirá** en su manera de alimentarse .

¿Oyó hablar sobre la nueva ley de etiquetado de alimentos?



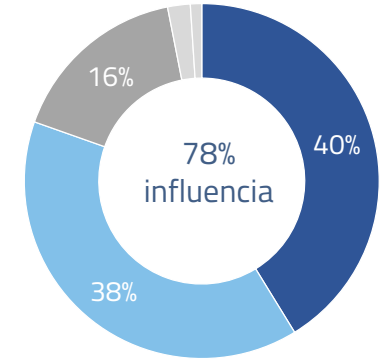
- Sí, la conozco en profundidad
- Sí, algo oí
- No, no sabía de qué trataba

¿Cuán importante es para usted esta ley?



- Muy importante
- Importante
- Me es indiferente
- Poco importante
- Para nada importante

¿Cree que esta iniciativa influirá en su forma de alimentarse?



- Seguramente si
- Probablemente si
- Quizás si, quizás no
- Probablemente no
- Seguramnete no

Lectura de las etiquetas

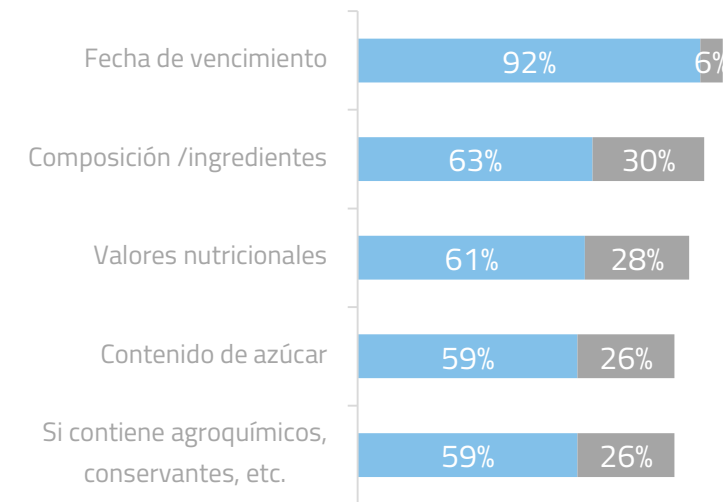
La ley de etiquetado es un reflejo de un cambio general que se ve en el consumidor a nivel global. En el 2016 la revista Forbes⁽¹⁾ hablaba de como los consumidores cada vez leían más las etiquetas.



83%

de los consumidores tiene algún hábito de lectura de las etiquetas al momento de realizar una compra.

Los consumidores tienen sus preferencias claras respecto a la información que quieren encontrar en los empaques.



■ Muy importante

■ Importante

Quando compra alimentos envasados/ procesados, ¿Lee las etiquetas para ver los ingredientes, etc.?
¿Cuán importante es para usted que los productos tengan en sus envases la siguiente información?

Base: 450 casos

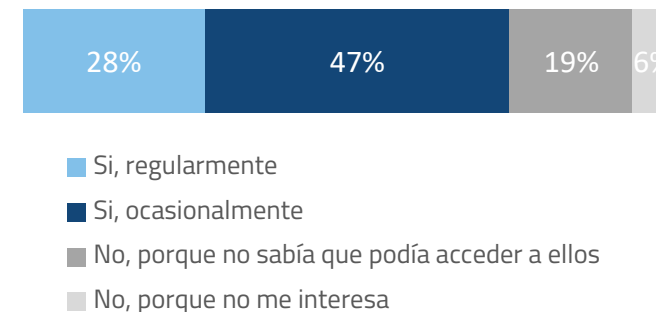
(1) <https://tinyurl.com/uon84ja>

En este contexto es importante el rol del **consumidor**, cada vez más central y está en las manos de las **marcas** el buscar canales en donde el consumidor se alimente de la **información correcta**.

Un artículo de Inc.com(2), explica como los **comentarios y reviews** de los consumidores **impactan en la imagen y ventas** de un producto.

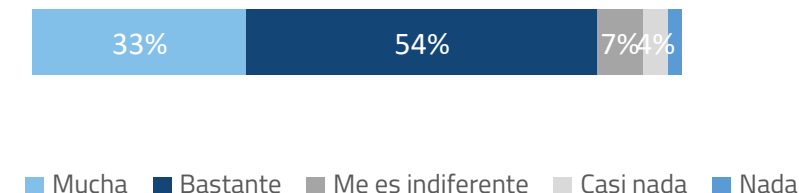
Búsqueda y lectura de comentarios de otros consumidores

La búsqueda de comentarios de otros consumidores está en crecimiento y 3 de cada 4 entrevistados suele leerlos.



Confianza generada por los comentarios de un producto

9 de cada 10 entrevistados afirman que los comentarios y evaluaciones de otros consumidores les generan confianza.



¿Suele leer comentarios que otros consumidores hacen sobre los productos de consumo masivo (Almacén, Limpieza, Perfumería, etc.) antes de hacer sus compras?
¿Cuánta confianza le generaría que un producto tenga comentarios y evaluaciones de otros consumidores como usted?



Diego.Gourdy@ShopAdvizor.com

ShopAdvizor.com