

ARTÍCULO DE PRENSA

9/6/2021

Encuesta sobre las tapas sujetas al cuello de las botellas: los consumidores dan prioridad a la seguridad y a la facilidad de uso del producto



A partir de julio de 2024, las tapas sujetas al cuello de las botellas —es decir, los cierres que se mantienen unidos al envase una vez que este se ha abierto y se ha utilizado— se van a convertir en un elemento de la vida cotidiana de los consumidores en la UE. Para comprender mejor lo que piensan los consumidores respecto del medio ambiente, lo que exigen a los cierres en general y lo que opinan acerca de estas nuevas tapas sujetas a la botella, Sidel llevó a cabo una encuesta. De acuerdo con sus resultados, los participantes consideran que, a pesar de que las tapas sujetas a los envases dan una imagen más ecológica a las botellas de plástico, lo principal es que los cierres garanticen la seguridad y la facilidad de uso del producto.

Entre junio y septiembre de 2020, más de 3200 adultos europeos participaron en una encuesta sobre las tapas sujetas al cuello de las botellas que Sidel encargó a Ales Research. A través de una serie de entrevistas en línea y de grupos focales, los consumidores evaluaron el atractivo, la funcionalidad y el impacto sobre el planeta de este tipo de cierres, expresando sus inquietudes y sus hábitos respecto del medio ambiente, sus demandas generales en relación con los envases de las bebidas, sus expectativas sobre los aspectos visuales y sus perspectivas acerca de la usabilidad de las tapas sujetas al cuello a la hora de servir y beber el contenido de la botella y de volver a cerrarla. El objetivo de Sidel era entender la aceptación de estas nuevas tapas entre los consumidores con el fin de ayudar proactivamente a sus clientes a adoptarlas para cumplir con la nueva legislación y garantizar el éxito de sus nuevos envases en el mercado.

Contacto:

F&H Communications

Tel: +49 (0) 89 12175 147

sidel@fundh.de

ARTÍCULO DE PRENSA

La facilidad de uso preocupa más que el medio ambiente

Los resultados de la encuesta indican que el 87 % de las personas que participaron en ella consideran que la contaminación ligada a los plásticos daña el medio ambiente y que las tapas son parte de este fenómeno. Por otro lado, el 67 % de los consumidores están convencidos de que, si cambian sus propios hábitos de separación y reducción de residuos, pueden contribuir a la mejora del medio ambiente. Es interesante destacar que el 45 % de los encuestados son conscientes de que las tapas sujetas a la botella tienen menos riesgo de perderse, dado que se mantienen unidas a ella y, en consecuencia, tienden menos a ensuciarse o a extraviarse. Solo una minoría de los participantes (26 %) creen que este tipo de cierres contribuirán realmente a disminuir los residuos plásticos.

«Los consumidores tienen una actitud muy práctica frente a los cierres de las botellas. Como podemos observar, están preocupados principalmente por la seguridad y la facilidad de uso del producto: quieren evidencias que les indiquen si la tapa se abrió o no antes de que ellos tomen la bebida y si esa tapa es sencilla de cerrar. Además, el hermetismo del cierre es crucial para evitar derrames innecesarios», explica Simone Pisani, *Director Portfolio Value Creation* de Sidel. De acuerdo con los resultados, la usabilidad de la tapa en sí, es decir, la sencillez con la que se puede abrir y la facilidad con la que se sirve el producto de la botella o se bebe de ella, son los siguientes factores más importantes. Los últimos criterios en cuanto a las preferencias son el atractivo del cierre, la seguridad para los niños y las posibilidades de reciclaje de botellas y tapas. «Es posible que esta percepción cambie en el futuro, cuando los consumidores sean más conscientes de las ventajas que suponen las tapas sujetas a la botella en términos medioambientales», comenta Simone.

Las preferencias hacia los diferentes tipos de tapas

En la encuesta también se pidió a los consumidores que comparasen diversas tapas de rosca existentes con algunos prototipos de tapas sujetas a la botella —en concreto, tapas a presión o tapas de rosca sujetas al cuello del envase, que se van a introducir en el mercado de la UE— y también con diversas tapas deportivas existentes. Los resultados del estudio demuestran que ninguna solución satisface todas las necesidades: la impresión inicial de los consumidores acerca de las tapas a presión fue que su diseño era bastante extraño; de hecho, se sintieron sorprendidos en su primer contacto con ellas. Sin embargo, una vez que se acostumbraron, valoraron la extraordinaria sencillez con la que pueden retirarse empleando una sola mano. En cuanto a las tapas de rosca sujetas al cuello de la botella, consideraron que molestaban en los labios y la nariz mientras se bebía. Sobre las tapas deportivas, señalaron que pueden ser complicadas de abrir y que su

ARTÍCULO DE PRENSA

diseño hace que sea necesariamente difícil servir el producto en una taza o en un vaso.

«Sin embargo, los consumidores muestran una mayor intención de compra en el caso de las tapas de rosca sujetas a la botella, las tapas a presión y las tapas deportivas que en el de las tapas de rosca existentes, dado que aquellas son tan sencillas y cómodas de abrir como las soluciones actuales. Las tapas a presión se valoran especialmente porque pueden retirarse con una sola mano», agrega Simone Pisani. Además, se las considera un avance en materia medioambiental. Pero, en último extremo, lo que aprecian enormemente los consumidores es que las tapas sujetas a la botella se quedan unidas a esta, los que las mantiene más limpias y reduce las posibilidades de que se pierdan.

Un futuro más sostenible

Como se señaló antes, en 2019 la Unión Europea aprobó una Directiva sobre los plásticos de un solo uso con el objetivo de reducir el volumen y el impacto sobre el medio ambiente de determinados productos de plástico, así como promover la transición hacia una economía circular dentro de la UE. Esta Directiva fija una serie de objetivos claros con el fin de que se empleen de forma obligatoria las tapas sujetas a las botellas en el caso de todos los envases de bebidas de hasta 3 l para 2024, se incluya un contenido de al menos un 25 % de rPET en los envases de plástico y se alcance un índice de recolección del 77 % en el caso de todos los envases de bebidas de plástico de un solo uso para 2025. El concepto de economía circular no es solo una iniciativa de la Unión Europea: también forma parte de un movimiento mundial que avanza en esta dirección. Ahora corresponde a las empresas convertir las normativas en oportunidades de negocio.

Para más información sobre las tapas sujetas al cuello de la botella:

<https://www.sidel.com/es/embalaje/tapas-sujetas-al-cuello-de-la-botella-sv1-56>



ARTÍCULO DE PRENSA

Nota de los editores: Las imágenes contenidas en este documento son para fines ilustrativos solamente y no deben ser usadas para reproducción. Si no se adjuntan copias de alta resolución a este documento, por favor, póngase en contacto con Elina Kresa en F&H Communications para solicitarlas (la información de contacto se encuentra más abajo).

Para consultas editoriales, de publicidad y de patrocinio, por favor, comuníquese con:
F&H Communications
Elina Kresa, consultora
Tel.: +49 (89) 12175 147
Correo electrónico: sidel@fundh.de

Sidel es un proveedor líder de soluciones de equipos y servicios para el envasado de bebidas, alimentos y productos para el hogar y el cuidado personal en PET, lata, vidrio y otros materiales.

Con más de 40 000 máquinas instaladas en más de 190 países, contamos con una experiencia probada de casi 170 años y prestamos especial atención a la fábrica del futuro, con sistemas avanzados, ingeniería de línea e innovación. Nuestros más de 5500 empleados distribuidos por todo el mundo sienten una verdadera pasión por suministrar soluciones que respondan a las necesidades del cliente e impulsen el **desempeño** de sus líneas, productos y negocios.

Para brindar este nivel de rendimiento, tenemos que mantener nuestra flexibilidad. Garantizamos permanentemente la **comprensión** de los cambiantes retos de nuestros clientes y nos comprometemos con el alcance de sus objetivos específicos en materia de desempeño y sostenibilidad. Lo hacemos mediante el diálogo y el entendimiento de las necesidades de sus mercados, su producción y sus cadenas de valor, y, por eso, aplicamos un sólido conocimiento técnico y análisis de datos inteligentes para asegurarnos de que la productividad durante la vida útil alcance todo su potencial.

A esto lo denominamos **Performance through Understanding**.

Obtenga más información en www.sidel.com/es y conéctese con nosotros



youtube.com/user/sidel



linkedin.com/company/sidel



twitter.com/Sidel_Intl



facebook.com/SidelInternational