

Pictogramas: los consumidores los conocen, pero demandan más información sobre su significado



EROSKI CONSUMER, la Plataforma Envase y Sociedad e Hispacoop (la Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios a la que pertenece Fundación EROSKI), ha querido averiguar cuál es el grado de conocimiento y sensibilización de los consumidores con respecto a los diferentes pictogramas que aparecen en los envases de los distintos productos de consumo cotidiano. Así, se planteó una investigación en la que se consultó a 1.020 personas de todo el país mediante un sistema de entrevistas web asistidas por ordenador (denominado método CAWI) durante la última semana de mayo y la primera de junio.

Se propuso un cuestionario que constaba de 40 preguntas cerradas con varias alternativas de respuesta. Por un lado, se consultaba la opinión y la actitud con respecto a los pictogramas y, por el otro, se valoraba su conocimiento real sobre determinadas composiciones gráficas.

Para ello, se seleccionaron más de 20 figuras o símbolos de marcación obligatoria (un indicador fundamental de la conformidad de un producto con la legislación) y marcación voluntaria. Proporcionaban información medioambiental, sobre seguridad, origen y material del producto, y recomendaciones en el uso y gestión del envase. Se clasificaron en varios grupos:

- Pictogramas de seguridad: aquellos símbolos que advierten de los peligros de un mal uso del producto para la salud y para el medio ambiente, y que informan sobre las propiedades físicas y químicas. Son símbolos con un rombo con borde rojo, que no deben ingerirse, mezclarse con alimentos ni tampoco dejarlos al alcance de los niños.
- Pictogramas en productos cosméticos: aquellas figuras que realizan recomendaciones sobre la forma de empleo más segura de ese tipo de artículos.
- Pictogramas relacionados con el Sistema Integrado de Gestión de Residuos (SIG): composiciones gráficas que informan sobre las formas de gestión y reciclado del producto.
- Pictogramas con números y siglas: aquellas figuras que se refieren a los materiales utilizados y la posible reutilización del producto.

- Pictogramas relacionados con la sostenibilidad del producto: por ejemplo, que el envase sea reciclable o que proceda de una pesca sostenible o de la agricultura ecológica.

Por último, el estudio se complementó con un análisis sobre el interés y la notoriedad que los consumidores conceden a los pictogramas.

Fuente: IDE Newsletter 13-17 Julio 2015