

Más de un 30% de los españoles cree que su bienestar ha empeorado tras la pandemia

Tweet Salud • original



Estudio de Unilever.

La pandemia ha incrementado la preocupación de los españoles por la salud y el medio ambiente, y eso se refleja en los nuevos hábitos de consumo. Tal y como apunta un reciente estudio de Unilever elaborado en la plataforma Ipsos Digital a partir de una muestra de 700 personas repartidas por todo el territorio español, el interés por las marcas con propósito saludable ha crecido notablemente con la llegada del coronavirus.

En este sentido, hasta un 27% de los consumidores afirma que ha incrementado su interés por marcas que cuiden la salud de las personas. El estudio también pone de manifiesto el crecimiento de otras preocupaciones por parte de los consumidores españoles cuando realizan la cesta de la compra; un 22% busca ahora más marcas con compromiso social y para la comunidad y un 20% asegura que se decanta ahora más por marcas con envases biodegradables. Este incremento es especialmente importante en la categoría de productos de limpieza: el interés por marcas sostenibles en este segmento ha pasado a ser mayoritario y el 57% ya se decanta por ellas, con un crecimiento del 20% respecto a antes de la pandemia. Los encuestados también fueron preguntados acerca de su interés por los productos veganos, y al respecto, el 6% afirma haber incrementado su consumo.

Los hábitos de alimentación, entendidos como “aquellas conductas conscientes, colectivas y repetitivas, que conducen a las personas a seleccionar, consumir y utilizar determinados alimentos o dietas, en respuesta a unas influencias sociales y culturales” es otro de los temas centrales del presente trabajo de investigación. Al respecto, un 30% de los encuestados considera que se alimenta mejor que antes de la pandemia, frente a un 55% que no manifiesta cambios en sus hábitos; y un 15%, que afirma alimentarse peor.

Fuente: Tinkle 07-06-2021