



Salud y Nutrición



Salud y Nutrición

En los últimos años, las marcas se han propuesto más que nunca seducir al consumidor con propuestas de producto o servicio que sean relevantes.

Muchas veces, además de hacerlo con propuestas sofisticadas, han apelado a la necesidad que tiene el consumidor de estar bien con uno mismo, aprovechando un *driver* que cada vez toma más importancia: la necesidad de tener un estilo de vida saludable o, en términos más sociales, sostenible.

Sin duda la salud, y todo lo que la rodea, es un potente *driver* al escoger productos y marcas, y muchas veces estas elecciones están influenciadas por elementos no sólo funcionales. Sin embargo, en esta publicación hemos querido investigar precisamente los aspectos más funcionales, analizando los hábitos de salud y nutrición de los europeos, conociendo aspectos como control del peso, productos orgánicos, ingredientes, etiquetaje, OTC... y también cómo se informan, desplazan, hacen ejercicio,

dieta, etc., para, a partir de ahí, descubrir oportunidades para conquistarles teniendo en cuenta sus hábitos, actitudes y preferencias.

Con el propósito de difundir y compartir con nuestros clientes cuáles son los hábitos y las percepciones de los europeos sobre su salud, nos complace compartir este estudio que TNS ha llevado a cabo en un total de 7 países. Si bien esta publicación se centra únicamente en nuestro país, no dude en contactar con nosotros para conocer los detalles de los resultados correspondientes a los otros mercados europeos o bien ampliar la información del nuestro.

Esperamos que este informe le ayude a crear estrategias dirigidas al consumidor mucho más eficaces, teniendo en cuenta, además de lo puramente funcional, otros beneficios que apelen a la salud y la nutrición de los consumidores desde una perspectiva más emocional.

Un cordial saludo

Ramon Viver | Director Barcelona
Consumer Sector | TNS

Guillermo Belenchón | Director Madrid
Consumer Sector | TNS

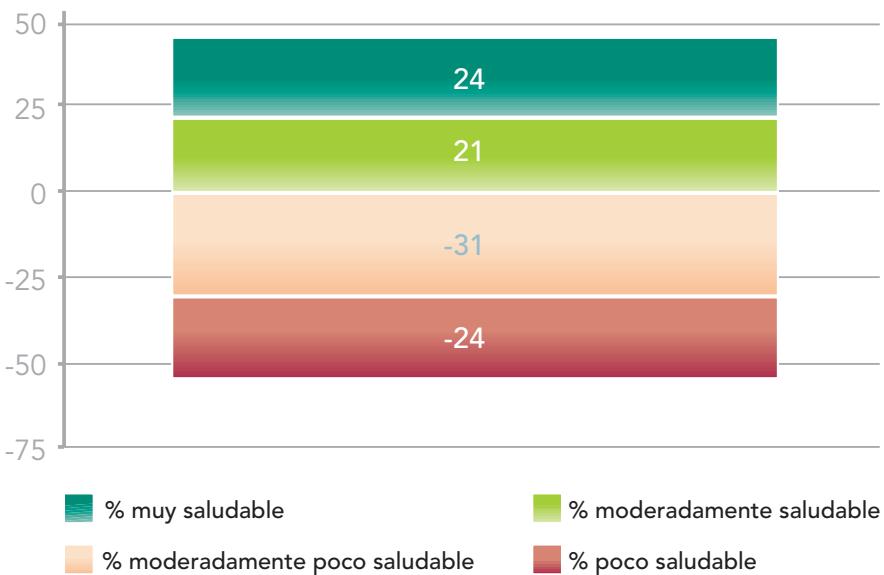
Salud y Nutrición ^{en} Europa

- ☞ El estilo de vida saludable
- ☞ Deporte y dieta
- ☞ Hábitos de alimentación
- ☞ Los productos orgánicos
- ☞ Consumos poco saludables
- ☞ Actitudes hacia la salud y la nutrición
- ☞ La medicación



El estilo de vida saludable

Si tomamos en consideración elementos como el índice de masa corporal, el consumo de frutas y verduras, la realización de ejercicio físico, el consumo o no de tabaco y alcohol, etc., podemos afirmar que el 45% de los españoles lleva un estilo de vida saludable.



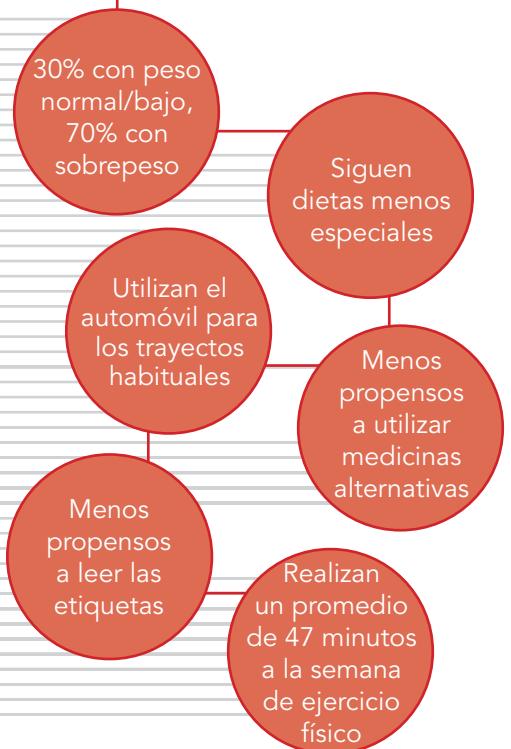
El estilo de vida saludable

¿Qué es lo que diferencia a los ciudadanos que llevan un estilo de vida saludable de los que menos?

Estilo de vida muy saludable



Estilo de vida muy poco saludable



Ambos sienten que necesitan controlar su peso

Sin diferencias en frecuencia de visita al médico

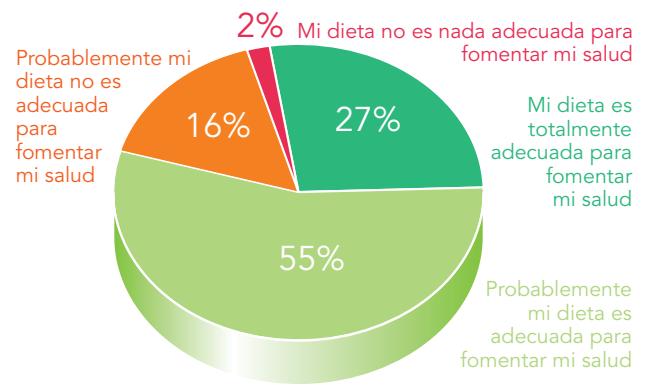
Deporte y dieta

El deporte es una de las actividades que realizamos para mantenernos en forma. Los españoles dedican una media de 4,2 horas a la semana a realizar ejercicio físico. Además, gran parte de ellos, un 49%, realiza a pie sus desplazamientos habituales, como ir al trabajo o al colegio.

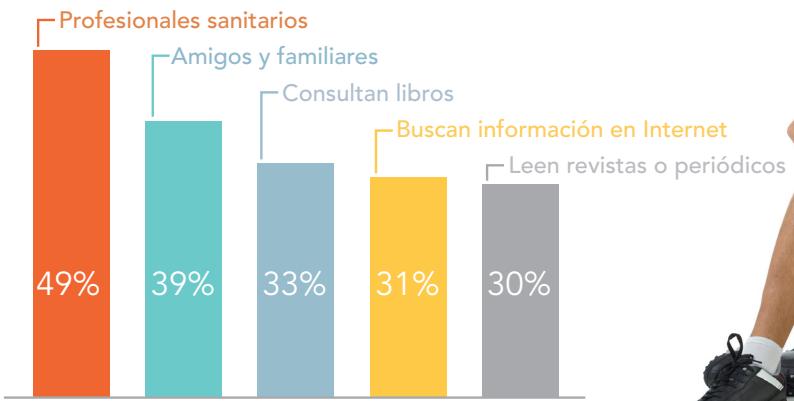
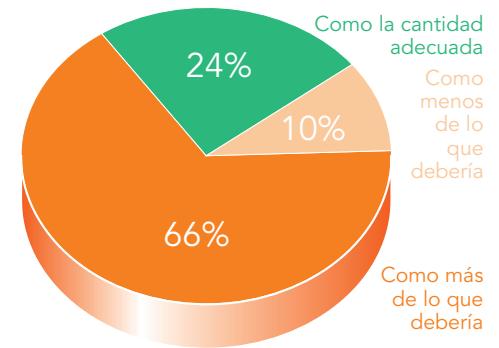
La dieta es otro de los elementos que influye en nuestra salud y bienestar. El 82% de los españoles considera que su dieta es adecuada para fomentar su salud, mientras que el 18% considera que no lo es. En cuanto a la cantidad, un 66% de los españoles opina que come más de lo que debería, el 24% considera que ingiere la cantidad adecuada y un 10% piensa que come menos de lo que debería. Además, el 65% de los españoles afirma tener intención de perder peso en los próximos meses.

El 71% de los españoles considera estar bien informado en cuanto a nutrición y hábitos saludables. Cuando los consumidores buscan información al respecto se dirigen, principalmente a los **profesionales sanitarios (49%)**, a los **amigos y familiares (39%)**, libros (33%), **Internet (31%)** o revistas y periódicos (30%).

¿Cree que su dieta es adecuada para fomentar su salud?

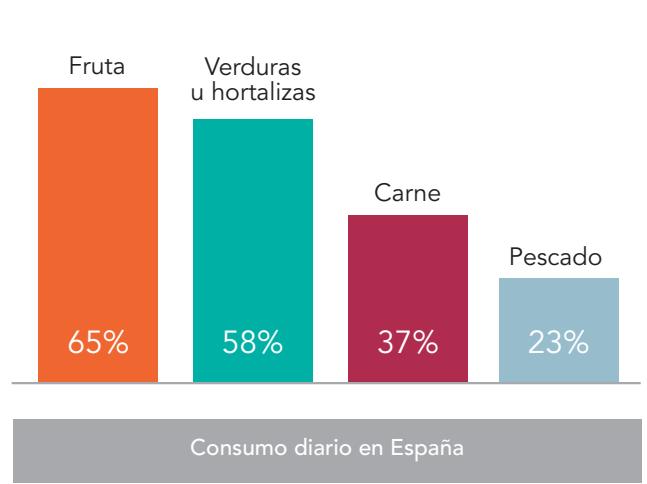


¿Cuál de las siguientes afirmaciones describe mejor sus hábitos de alimentación?

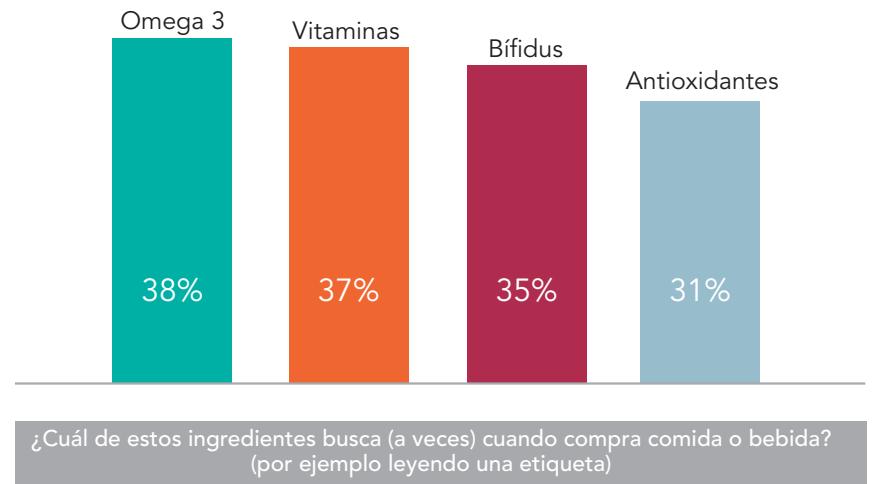


Hábitos de alimentación

En el siguiente gráfico podemos observar el porcentaje de españoles que consumen diariamente cada uno de los siguientes alimentos:



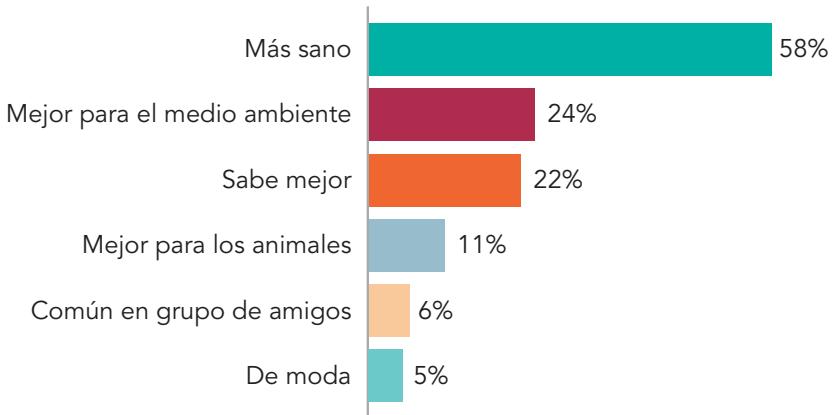
Los españoles consumimos productos alimentarios que contienen aquellos ingredientes que consideramos beneficiosos para la salud. De hecho muchos consumidores buscan dichos ingredientes, por ejemplo leyendo la etiqueta de los productos, cuando compran un producto:



Los productos orgánicos

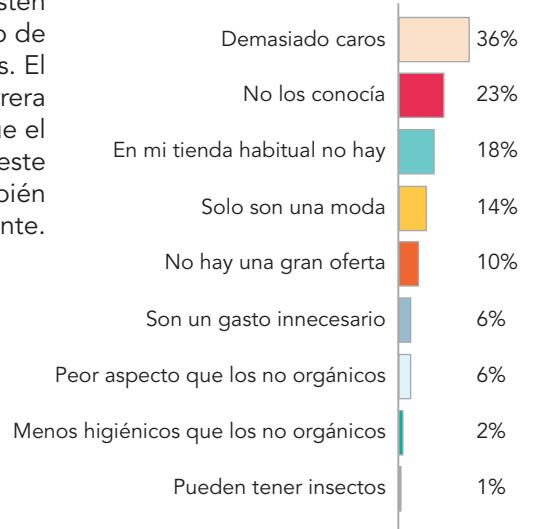
Las **bebidas y alimentos orgánicos** son aquellos productos agrícolas producidos bajo procedimientos que tienen como objetivo principal la obtención de alimentos más saludables y la protección del medio ambiente por medio del uso de técnicas no contaminantes, y que además disminuyen el empleo de energía y de sustancias inorgánicas, sobre todo si son de origen sintético.

El 26% de los consumidores españoles afirma no haber consumido nunca productos orgánicos, frente al 24% que lo hace, al menos, una vez a la semana. La mayor parte de los consumidores de productos orgánicos lo son por su naturaleza saludable. El respeto por el medio ambiente y su mejor sabor son otras razones.



Consumidores de productos orgánicos

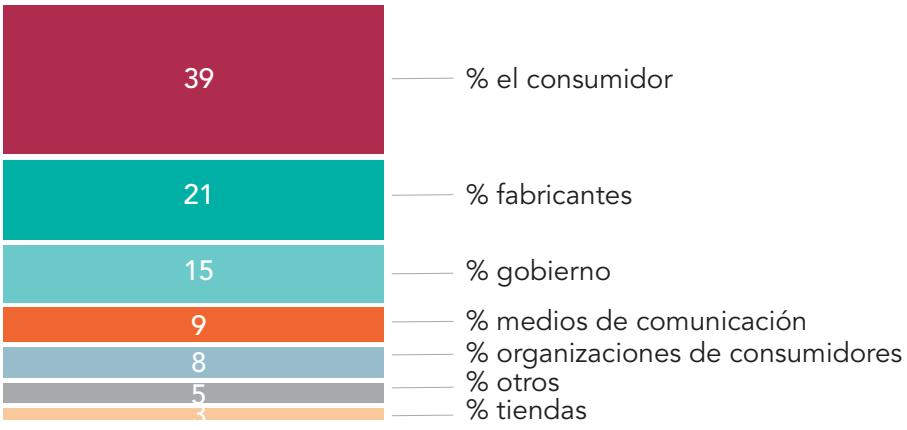
De igual modo, existen frenos para el consumo de productos orgánicos. El precio representa la barrera más significativa, aunque el desconocimiento de este tipo de productos también es un factor importante.



No consumidores de productos orgánicos

Consumos poco saludables

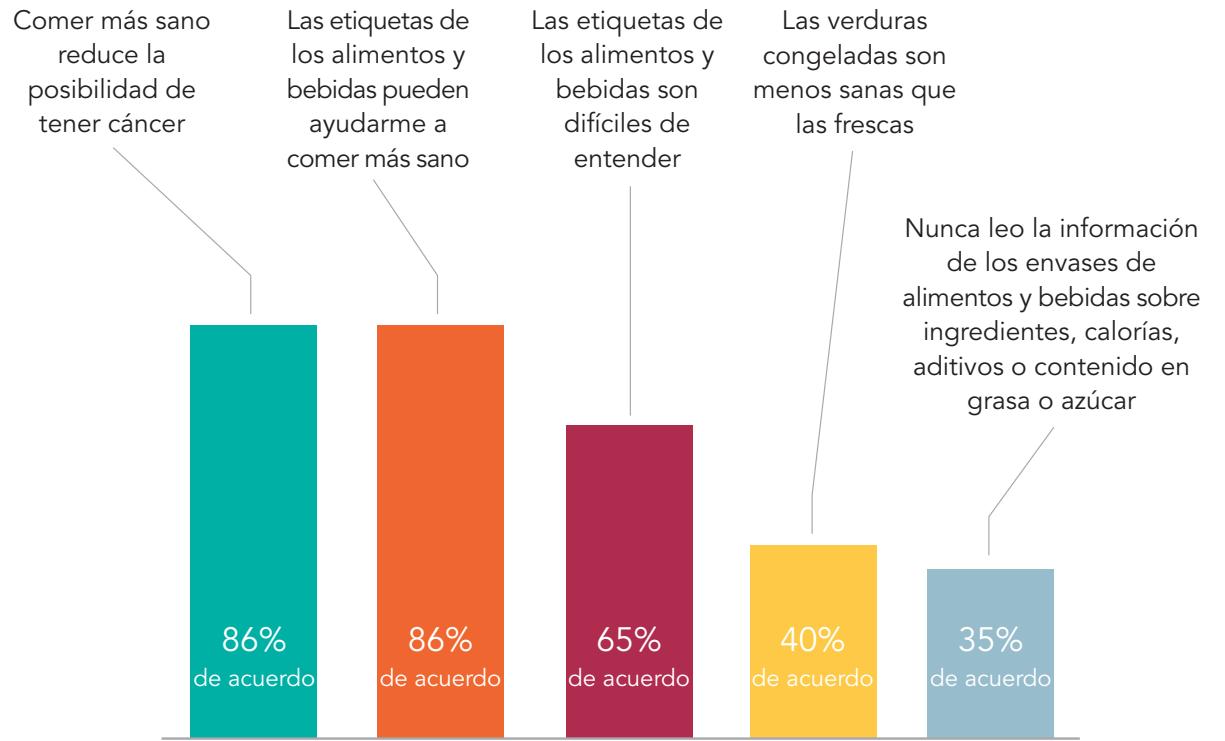
La opinión sobre quién es más responsable a la hora de reducir el consumo de alimentos poco saludables varía mucho entre países. Los consumidores españoles se consideran ellos mismos los máximos responsables (39%), seguido de los fabricantes de alimentación y bebidas (un 21%) y del gobierno (15%).



¿Quién es el principal responsable de que se reduzca el consumo de alimentos poco saludables?

Actitudes hacia la salud y la nutrición

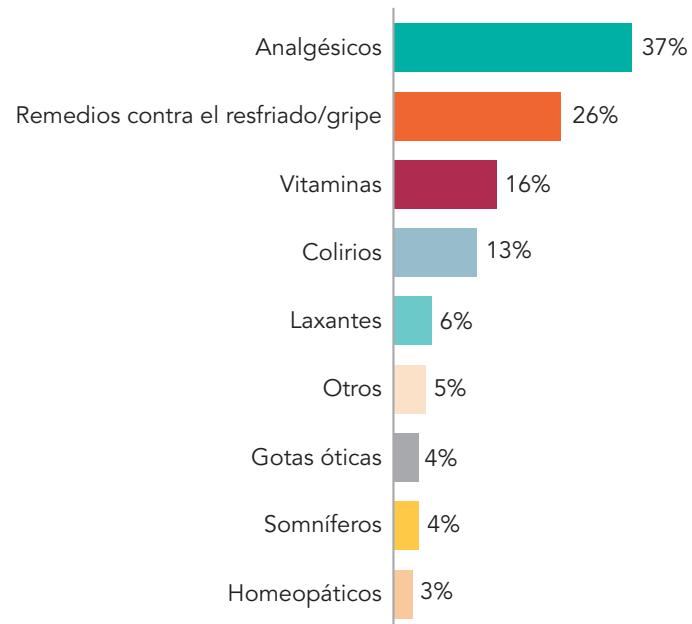
La adopción de determinadas actitudes representa un aspecto de gran importancia a la hora de llevar un estilo de vida saludable. Existen creencias sobre cómo influyen determinadas acciones o determinados consumos en nuestra salud y nutrición. En concreto los consumidores españoles consideran que:



¿Hasta qué % está de acuerdo o en desacuerdo con la siguientes afirmaciones?

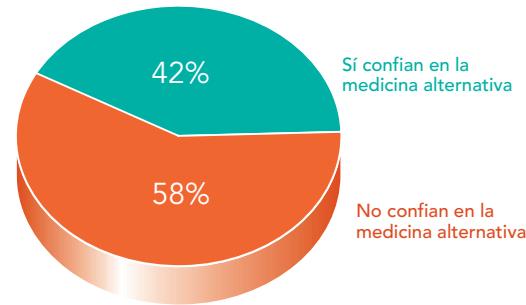
La medicación

Hay medicamentos que se pueden adquirir sin la receta de un médico. Los analgésicos, los remedios sin receta contra el resfriado o la gripe y los laxantes son los **medicamentos sin receta** más adquiridos por los españoles.



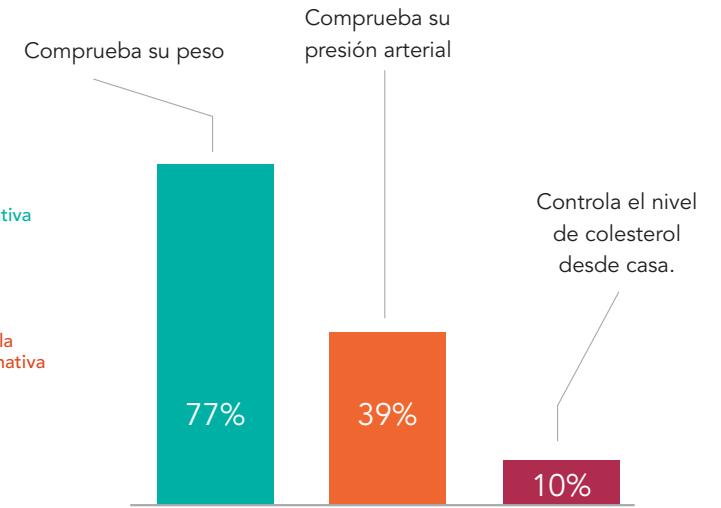
Algunos medicamentos se pueden obtener sin receta. ¿Cuáles de los siguientes ha comprado Usted en los últimos 12 meses sin consultarlo con el médico?

En cuanto a la medicina alternativa, el 58% de los españoles afirma no confiar en ella, frente al 42% que sí que lo hace.



¿Cuál es su opinión sobre la medicina alternativa (tratamientos como quiropraxia, herbolaría, medicina tradicional china, hipnosis, homeopatía y acupuntura)?

Realizar controles de los niveles de colesterol, presión arterial y peso es una forma de vigilar y cuidar la salud. Estos controles pueden realizarse en el hogar. En concreto los españoles:



¿Hace algo de lo siguiente en casa?

El estilo
de vida saludable

Deporte y dieta

Hábitos
de alimentación

Los productos
orgánicos

Consumos
poco saludables

Actitudes hacia la
salud y la nutrición

La medicación

Sobre el estudio y TNS

Sobre el estudio Salud y Nutrición

El estudio identifica y analiza los hábitos que hacen referencia a la salud y la alimentación de los europeos.

El estudio se ha realizado mediante entrevistas online a 7.592 individuos (1.008 en España) de más de 18 años representativos por zona, sexo, edad y clase social de los siguientes países: Alemania, España, Francia, Italia, Países Bajos, Reino Unido y Rusia. El trabajo de campo fue realizado en Julio de 2010.

Sobre TNS

TNS es la mayor agencia de investigación de mercados y opinión Ad-Hoc del mundo, que ofrece claves de negocio y consultoría basada en la investigación con el objetivo de que sus clientes tomen las mejores y más eficientes decisiones de negocio. TNS cuenta con un amplio conocimiento de los sectores de Automoción, Business & Services, Consumo, Finanzas, Media, Política y Sociedad y Tecnología. Emplea una oferta de soluciones única para gestionar con éxito los principales temas relacionados con el marketing y los negocios, siendo especialista en el desarrollo de productos e innovación, marca y comunicación, gestión de stakeholders, punto de venta y compradores e investigación cualitativa. TNS ofrece un servicio de primera clase en más de 70 países y es parte de Kantar, la mayor red mundial de investigación, claves de negocio y Consultoría

Más información

Guillermo Belenchón | Consumer Director Madrid
e: guillermo.belenchon@tnsglobal.com

Ramon Viver | Consumer Director Barcelona
e: ramon.viver@tnsglobal.com

O su consultor habitual en TNS



¡Siguenos!



YouTube

www.tnsglobal.es