



Good food, Good life

Nota de prensa

Barcelona, 14 de julio, 2021

VIII OBSERVATORIO NESTLÉ SOBRE HÁBITOS NUTRICIONALES Y ESTILO DE VIDA: "ALIMENTACIÓN SOSTENIBLE"

La crisis climática, motor de cambio en la alimentación en los últimos 5 años

El 75 % de los españoles ha modificado su cesta de la compra por el bienestar del planeta

- El *VIII Observatorio Nestlé* revela que la compra de productos ecológicos, así como el consumo de alternativas vegetales a la carne y a los lácteos son algunos de los gestos que se han incorporado en el día a día en favor del medio ambiente.
- El estudio también muestra que para los consumidores ya es un hábito llevar al súper sus propias bolsas y que, además, la mitad de ellos prioriza los envases de plástico reciclado en su compra. Asimismo, destaca que hasta el 42% antepone los productos elaborados con materia prima local.
- Por otro lado, casi el 70 % de los encuestados afirma que estaría dispuesto a hacer un esfuerzo económico para comprar productos más sostenibles y de este porcentaje, el 11 % asegura que pagaría incluso bastante más.

¿Llevas una alimentación más sostenible que hace 5 años? ¿Cuánto te ha influido el medioambiente en tus nuevos hábitos alimentarios? Son algunas de las preguntas a las que han tenido que responder los españoles en el marco del *VIII Observatorio Nestlé sobre Hábitos Nutricionales y Estilo de Vida de las Familias*¹. En esta edición, el estudio ha querido comprobar si la crisis climática está motivando un cambio de hábitos en la alimentación. Los datos revelan que el 75 % de los encuestados ha modificado su cesta de la compra en beneficio del planeta.

“Los resultados señalan que la crisis climática está empujando a una gran mayoría a cambiar su alimentación frente a un 14 % que dice no haber cambiado en absoluto y un 11 % que, aunque sí ha modificado sus hábitos, no lo ha hecho por cuestiones de sostenibilidad. Estos datos muestran que, si hasta ahora la salud era el motivo principal para cambiar nuestra dieta, hoy la urgencia climática se ha convertido en un nuevo motor de cambio en la alimentación”, destaca Laura González, responsable de Nutrición de Nestlé España.

Preguntados por lo que hacen para llevar una alimentación más sostenible, el tipo de envase utilizado en la compra —propio, reutilizable o de plástico reciclado— es el aspecto que más relacionan los españoles con la alimentación sostenible. En este sentido, 7 de cada 10 encuestados va al súper con sus propias bolsas y 5 de cada 10 prioriza en su compra los productos envasados en plástico reciclado frente al de un solo uso.

Otros gestos que se han incorporado en el día a día en favor del medio ambiente son la apuesta por la materia prima local y por los productos ecológicos. En concreto, el 42 % de los españoles antepone en su compra los productos elaborados con materia prima proximidad y el 32 %, los biológicos.

Además, el 31 % afirma que ha reducido los alimentos de origen animal en favor de alternativas vegetales a la carne y a los lácteos.

Por edades, los encuestados de entre 50 y 70 años son los que, al hacer la compra, tienen más en cuenta los productos elaborados con materia prima local. Más del 50% los prioriza frente al 35 % que lo hace en la franja de 20 a 30 años. Por el contrario, estos últimos son los que consumen más alternativas vegetales a la carne y a los lácteos.

La sostenibilidad del envase, una prioridad

Los resultados del Observatorio Nestlé muestran que los españoles están cada vez más concienciados con el *Packaging* y tienen claras sus preferencias sobre los envases de productos que incluyen en su cesta.

“El 70 % elige, por este orden, el envase reutilizable, el pack de papel o cartón, el vidrio, el packaging de plástico reciclado² y el reciclable³. Por el contrario, los españoles rechazan abiertamente el plástico de un solo uso. Solo el 3,9 % de los encuestados lo elige como envase preferente”, explica Pedro Ruiz, especialista en medio ambiente de Nestlé España.

El precio ¿una barrera?

Casi el 70 % de los encuestados reconoce que el precio es el principal freno a la hora de incorporar productos más respetuosos con el planeta en la compra. Sin embargo y según el Observatorio Nestlé, el mismo porcentaje asegura también que estaría dispuesto a pagar más por un producto sostenible. En concreto, un 56 % pagaría un poco más y un 11 %, bastante más.

Por otro lado, el 30 % no está dispuesto a incrementar el gasto y el 3 % restante piensa justo lo contrario. Es decir, que los productos más sostenibles deberían ser más baratos.

“El precio, sin duda, sigue siendo un freno, pero hemos detectado que hay una mayor predisposición por aquellos productos que son más cuidadosos con el planeta. Ya no solo los vegetarianos, veganos y flexitarianos están dispuestos a incrementar el gasto, sino que incluso el 63 % de los omnívoros se muestran igualmente a favor”, explica Laura González.

LA SOSTENIBILIDAD, TAMBIÉN EN LAS RECETAS



Los españoles buscan más de 400 mil recetas *veggies* al mes en Internet.

Las consultas en la red para aprovechar alimentos que aún están en buen estado y/o sobras, también han aumentado. Más de 20.000 consultas mensuales se centran en recetas para aprovechar verduras, frutas y pan. Son los alimentos que más se tiran.

En el último año, el interés por recetas contra el desperdicio alimentario se ha incrementado un 70 % (Fuente: Nestlé Cocina).

Acerca de Nestlé

Nestlé está presente en 186 países de todo el mundo y cuenta con 273.000 empleados, firmemente comprometidos con el propósito de desarrollar todo el poder de la alimentación para mejorar la calidad de vida, hoy y para las futuras generaciones. Su oferta de productos y servicios cubre las necesidades nutricionales de las personas y de sus mascotas en todas las etapas de la vida.

En España, Nestlé instaló su primera fábrica en La Penilla de Cayón (Cantabria) en 1905. En la actualidad, cuenta con 10 centros de producción distribuidos en 5 Comunidades Autónomas. El 57 % del total de la producción española se destina a la exportación, principalmente a países de Europa.

Con una facturación de 2.050 millones de euros y una plantilla media de 3.940 personas en 2020, Nestlé lidera el mercado alimentario español con una amplia gama de productos: alimentos infantiles, lácteos, chocolates, cafés y bebidas a base de cereales, culinarios, cereales para el desayuno, aguas minerales, especialidades de nutrición clínica y alimentos para mascotas. Más datos clave en [Nestlé en España](#).

¹Los resultados de este estudio se han obtenido a través de 1.054 entrevistas online a individuos de 20 a 70 años residentes en España, representativos a nivel nacional por sexo, edad y zona geográfica.

²Plástico reciclado: elaborado con otros plásticos reciclados y que se puede volver a reciclar.

³Plástico reciclable: que se puede reciclar después de su uso.