

Estudio ACNielsen sobre los productos para el hogar**Limpieza con salud**

● Los consumidores compran sobre todo los productos de limpieza que resultan beneficiosos para su salud y bienestar, según el estudio de ACNielsen Global Services *Las claves del crecimiento en los productos para el hogar*, que revela las tendencias y las categorías de productos más utilizadas en limpieza del hogar.

"Los consumidores de todo el mundo buscan los productos que mejoran y facilitan su vida diaria, tanto en los alimentos como en los productos que utilizan en sus casas," comenta Jane Perrin, SVP, *managing director* de ACNielsen Global Services.

"Aunque existen diferencias entre regiones, razas y culturas, todos muestran preocupación por la salud, y buscan productos que aporten comodidad en sus vidas al mejor precio."

Distintos estudios recientes han demostrado un impacto muy positivo en las compras de alimentos y bebidas si estos tienen características beneficiosas para la salud, pero es la primera vez que un estudio identifica productos para el cuidado del hogar influenciados por las preocupaciones sobre la salud y el bienestar. El crecimiento general de las ventas de productos para el hogar está en torno al 4%, pero muestra nueve categorías de productos que crecen más rápido que la media general: estropajos (13%), desinfectantes (13%), bolsas de basura (8%), quitamanchas y potenciadores de color (6%), limpiehogares (6%), ambientadores (5%), insecticidas (5%), bolsas para alimentos (5%) y suavizantes de ropa (5%).

Entre las categorías que más crecen, destacan las que mejoran la salud y el bienestar, como los desinfectantes, limpiehogares y repelentes de insectos, productos que evitan gérmenes e insectos que puedan producir enfermedades. Incluso en los ambientadores, el segmento de purificadores de aire, que matan las bacterias que producen mal olor, es el que impulsa el crecimiento de esta categoría.

"Actualmente hay mucha gente que destaca la importancia de una alimentación nutricional y sana, pero a veces se pasa por alto la importancia que también damos a la salud de nuestras casas," comenta Perrin. "Los consumidores se preocupan por conseguir un ambiente sano en todos los aspectos de su vida".