



**Carmen Hernández**

Experta en Investigación  
al Consumidor de Nielsen

La innovación es la mejor arma con la que cuentan las marcas para llegar al cliente y aumentar las ventas. Es más, los lanzamientos que han cuajado en el mercado han hecho crecer 0,7 décimas de cuota en valor a la marca del fabricante

# El aperitivo, un buen tentempié

**Q**uién no echa de menos que le pongan un *picoteo* salado con la caña o con el refresco? Este tándem, que se ha convertido ya en un auténtico imprescindible de los momentos de relax en las mañanas y tardes fuera de casa, lo hemos replicado también de puertas para adentro sobre todo en estos últimos años en los que ha habido que ajustar también la cesta de la compra para que las cuentas cuadraran. Sin embargo, algo comienza a moverse en la economía y es de esperar que la recuperación de la confianza pronto tenga su impacto en el consumo fuera de los hogares donde, sin duda, los *snacks* serán de los primeros en notarlo.

Hasta entonces, esta *vuelta a la madriguera* explica que el consumo de productos de aperitivo por antonomasia, como son las patatas fritas -elegidas nada menos que por el 91 por ciento de los consumidores de aperitivos- o los frutos secos -el 87 por ciento- se haga mayoritariamente en nuestro propio salón mientras charlamos con los amigos o, cómo no, mientras disfrutamos de un buen partido de fútbol. Todo un clásico.

Y es que tener que apretarse un poco el cinturón no tiene por qué ser sinónimo de renunciar completamente a los pequeños placeres. De ahí, que la frecuencia con la que nos

deleitamos con este pisco-labis o tentempié sea de dos veces por semana. Sin embargo, ese sabor tan característico que engrandece el de la bebida no nos hace perder la cabeza, tal y como demuestra un reciente estudio realizado por Nielsen. El consumidor español sabe poner la medida justa, con un consumo máximo que no sobrepasa los 50 gramos de media.

Además el 60 por ciento de los consumidores considera, en contra de las falsas creencias, que el consumo de *snacks* es complementario con una dieta sana y equilibrada. Además de que están absolutamente probadas las propiedades nutritivas de los frutos secos, darse un capricho de vez en cuando es medicina para la mente y además, puede ser la excusa perfecta para conectar con nuestros hijos, aprovechando el aperitivo para tener ese momento familiar del que a veces los más pequeños escapan.

Realmente, si lo pensamos, la innovación es la mejor arma con la que cuentan las marcas para llegar al cliente y aumentar las ventas. Es más, los lanzamientos que han cuajado en el mercado han hecho crecer 0,7 décimas de cuota en valor a la marca del fabricante. De hecho, los datos de Nielsen indican que un 63 por ciento de los consumidores también está expectante por ver con qué son capaces de sorprenderle.