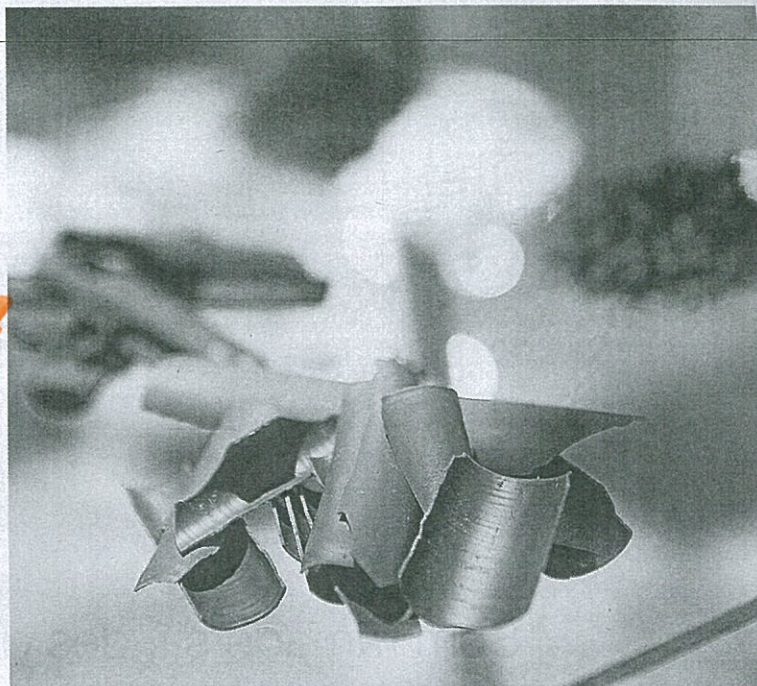


DULCES

La industria del dulce y los aperitivos realiza grandes inversiones en innovación para adaptarse a las tendencias del mercado y a las demandas de los consumidores



EL CHOCOLATE FUE EL DULCE MÁS CONSUMIDO DURANTE EL AÑO 2012

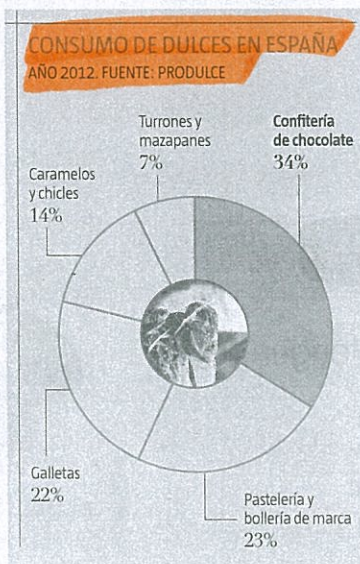
Los dulces se reinventan para impulsar el sector

NOELIA CONRADO

Tienen que entrar por la vista y conquistar al paladar. Los dulces y los aperitivos necesitan reinventarse permanentemente para atraer al consumidor, sobre todo en un momento de contracción del consumo en alimentación como el actual 3% en 2012, según el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (Magrama).

La creatividad se convierte así en el mayor aliado de esta industria, que apuesta por productos más atractivos y saludables. Para ello, se diseñan nuevos sabores, formas, colores, texturas: dulces y *snacks* de producción ecológica o envases impactantes, además de elaborar productos dirigidos para los consumidores con intolerancias alimenticias o necesidades especiales (sin gluten, sin lactosa, bajos en colesterol o sin azúcar).

El sector de los aperitivos, que representa el 14% de la inversión total en introducción de novedades de la industria alimentaria, ha sido uno de los que más ha invertido en innova-



ción, 30 millones de euros en 2012, entre lanzamientos, novedades y extensiones de productos. Una inversión que busca la creación de un valor añadido en los productos y que nueve de cada diez fabricantes del sector considera que es necesaria, según un estudio realizado por la Universidad de Málaga y la Asociación de Fabricantes de Aperitivos (AFAP).

En este sentido, el presidente de Mundi-dulce, José Carlos Lacasa, destaca el importante papel de la I+D+i en las empresas del sector para desarrollar continuamente nuevos productos, variedades y formatos. "Somos una industria innovadora que realiza grandes inversiones para adaptarse a las tendencias del mercado y para presentar productos que respondan a los gustos del consumidor", añade Lacasa.

CIFRAS EN ALZA

El pasado año las industria del dulce y del aperitivo y frutos secos aumentaron su ventas un 3,1% y un 4% respectivamente. En concreto, el mercado del dulce generó en España un volumen de ventas de 4.326 millones de euros