

DECÁLOGO AFAP

La ASOCIACIÓN DE FABRICANTES DE APERITIVO cuenta con un decálogo de compromiso con el consumidor asumido por todas sus empresas miembro:

- 1** Las Empresas de AFAP recomiendan el consumo moderado y ocasional de los productos de aperitivo, integrados en una dieta variada, equilibrada y saludable.
- 2** AFAP promueve activamente un estilo de vida saludable.
- 3** AFAP apoya la estrategia NAOS y está comprometida en seguir ofreciendo alternativas más saludables.
- 4** AFAP promueve e impulsa la inclusión de Información Nutricional clara y simple en los envases de los productos de aperitivo.
- 5** Las empresas de AFAP tienen un papel activo en la estrategia de reducción del consumo de sal, a pesar de la baja incidencia de los aperitivos en la ingesta de sal/sodio en la dieta.
- 6** Los miembros de AFAP utilizan aceites vegetales, sin ácidos grasos Trans, y mayoritariamente bajos en ácidos grasos saturados e invierten esfuerzos importantes en utilizar esos aceites y reducir el contenido calórico de los productos de aperitivo.
- 7** Los miembros de AFAP cumplen estrictamente la normativa vigente y la reglamentación técnico-sanitaria del sector, así como los códigos de buenas prácticas consensuados por el sector.
- 8** Las industrias de productos de aperitivo son pioneras en innovación. Las empresas de AFAP investigan intensamente asumiendo el reto de satisfacer las necesidades del consumidor y proporcionarle un mayor abanico de posibilidades en su elección.
- 9** AFAP apoya una publicidad responsable dirigida a niños, recogida en el código PAOS de autorregulación de la Publicidad de Alimentos dirigidos a menores, y anima a sus empresas a participar en él.
- 10** AFAP y las empresas que la forman trabajan continuamente para mejorar el conocimiento que los consumidores tienen de los productos del aperitivo.



Asociación
de Fabricantes
de Aperitivos

Lo que hoy en día se conoce como PRODUCTOS DE APERITIVO es una gran gama de productos elaborados a partir de patata, maíz, harinas de cereales, frutos secos, etc. a los que se aplican diferentes procesos de elaboración (secado, tostado, horneado, fritura, extrusión, etc.). Dentro de esta categoría de alimentos se encuentran los frutos secos (almendra, avellana, nueces, cacahuete, pistachos, piñones, pecanas, anacardos, macadamias), semillas como las pipas de girasol o de calabaza, las patatas fritas, los productos a base de patata, maíz u otros cereales.

Web: www.afap-aperitivos.com
E-mail: afap@grupoboonmacor.com
Teléfono: +34 93 207 25 16

COMPROMETIDOS CON EL CONSUMIDOR



Asociación
de Fabricantes
de Aperitivos

COMPROMETIDOS CON EL CONSUMIDOR

1 Las Empresas de A7 h recomiendan el consumo moderado y ocasional de los productos de aperitivo, integrados en una dieta variada, equilibrada y saludable.

AFAP reafirma su compromiso continuo por la alimentación saludable, y muestra de ello es que los miembros de AFAP apuestan por recomendar un consumo de productos de aperitivo integrado en una dieta saludable y equilibrada en la que la ingesta de éstos sea ocasional y moderada, sin que lleguen a sustituir en ninguna ocasión las comidas principales.

2 A7 h promueve activamente un estilo de vida saludable.

AFAP y sus Empresas contribuyen a difundir las recomendaciones de los expertos para mantener una buena salud: Equilibrar el consumo de alimentos con la actividad física.

Nuestros esfuerzos se centran en fomentar la práctica regular de alguna actividad física de intensidad moderada, la mejora de los hábitos alimentarios de los ciudadanos, e informar sobre los beneficios para la salud de una dieta completa y equilibrada en la que tiene cabida el consumo ocasional de productos de aperitivo. Estudios científicos demuestran, además, la importancia del acto de consumo de aperitivo como vehículo para compartir y fomentar la sociabilidad.

3 A7 h apoya la estrategia NAOS y está comprometida en seguir ofreciendo alternativas más saludables.

La industria del sector tiene un papel activo y responsable ante la sociedad, y está comprometida en ofrecer alternativas saludables y mejorar continuamente el perfil nutricional de los productos de aperitivo. Son muy importantes los esfuerzos e inversiones contrastadas que todo el sector ha realizado durante los últimos años en la mejora y desarrollo de productos. Sólo en 2007, más del 10% de los nuevos productos lanzados al mercado habían reducido sal, grasas, grasas saturadas y/o energía. Además, en los últimos dos años, la mayoría de los fabricantes han añadido nuevos formatos para ayudar a los consumidores en la elección y en el control de las porciones.

4 A7 h promueve e impulsa la inclusión de Información Nutricional clara y simple en los envases de los productos de aperitivo.

Ante la progresiva importancia que ha ido adquiriendo la presencia de información nutricional para el consumidor, AFAP ha elaborado una "Guía Sectorial" para alentar y ayudar a sus empresas miembro a incorporar el Sistema voluntario de Etiquetado Nutricional basado en las *Cantidades Diarias Orientativas* (CDO), de manera que se transmita a los consumidores la máxima información posible sobre los aspectos nutricionales de los productos de aperitivo en los envases de los mismos.

5 Las empresas de A7 h tienen un papel activo en la estrategia de reducción del consumo de sal, a pesar de la baja incidencia de los aperitivos en la ingesta de sal/sodio en la dieta.

Aun teniendo en cuenta que los productos de aperitivo contribuyen con menos de un 2% de la ingesta total media de sal, la industria es consciente de la importancia que este tema representa en los consumidores.

En España, entre los años 2005 y 2007 se ha conseguido una reducción del 15% en los niveles de sal/sodio en patatas fritas, y entre el 19-24% en el resto de productos de aperitivo, siguiendo un compromiso aprobado por todo el sector en línea con la Estrategia NAOS impulsada en 2005 por el Ministerio de Sanidad y Consumo.

Las industrias continúan comprometidas en seguir reduciendo esos niveles.

6 Los miembros de A7 h utilizan aceites vegetales, sin ácidos grasos Trans, y mayoritariamente bajos en ácidos grasos saturados e invierten esfuerzos importantes en utilizar esos aceites y reducir el contenido calórico de los productos de aperitivo.

Contrariamente a la creencia popular, los productos de aperitivos aportan poco contenido calórico a nuestra dieta (menos del 3% del total de grasas que ingerimos). Aún así, los fabricantes de aperitivos, en línea con su compromiso con la estrategia NAOS, llevan desde hace años realizando un esfuerzo importante en investigación y desarrollo, así como una alta inversión económica, para reducir el contenido calórico de los productos de aperitivo, y apostar por el uso mayoritario de aceites vegetales de alta calidad obtenidos a partir de girasol, oliva, soja y maíz. Los aceites vegetales utilizados en los productos de aperitivo no contienen ácidos grasos trans (AGTs). Además, la proporción de ácidos grasos saturados que aportan no es significativamente importante (menos de un 1% de la ingesta total de grasas saturadas) gracias al uso mayoritario de aceites particularmente bajos en ácidos grasos saturados.

7 Los miembros de A7 h cumplen estrictamente la normativa vigente y la reglamentación técnico- sanitaria del sector, así como los códigos de buenas prácticas consensuados por el sector.

Los miembros de AFAP ofrecen garantía de cumplimiento estricto del amplio marco jurídico que regula a todas las industrias alimentarias, además de cumplir con la normativa específica que afecta al sector de aperitivos, la Reglamentación Técnico-Sanitaria para la elaboración y comercialización de patatas fritas y productos de aperitivo. Además, los miembros de AFAP están adheridos a un "Código de Buenas Prácticas sobre Objetos Promocionales" que ofrece un complemento de salud y seguridad al consumidor que va más allá de la actual legislación en la materia (juguetes, materiales en contacto con los alimentos,...).

8 Las industrias de productos de aperitivo son pioneras en innovación. Las empresas de A7 h investigan intensamente, asumiendo el reto de satisfacer las necesidades del consumidor y proporcionarle un mayor abanico de posibilidades en su elección.

Las empresas de AFAP innovan en sus procesos y productos de forma permanente: Introduciendo nuevos ingredientes (cereales, aromas naturales,...) que ofrecen sabores y texturas interesantes y mejoran los niveles de fibra y micronutrientes.

Desarrollando novedosos productos (a base de frutas y soja) y nuevas técnicas de procesado que permitan elaborar productos Light; Aplicando de forma exitosa novedades en los productos ya existentes (niveles reducidos de energía, grasas saturadas y sal). Implantando nuevas técnicas de envasado (que han permitido a los fabricantes utilizar aceites insaturados -menos "estables"- sin que la vida útil o la calidad de sus productos se vea afectada); Introduciendo en el mercado nuevos tamaños y presentaciones adaptadas a distintos usos, etc.

9 A7 h apoya una publicidad responsable dirigida a niños, recogida en el código PAOS de autorregulación de la Publicidad de Alimentos dirigidos a menores, y anima a sus empresas a participar en él.

Es unánime el reconocimiento de la mejora de la calidad de la publicidad de alimentos dirigida a niños que se ha conseguido con el cumplimiento del Código PAOS. Como Asociación apoyamos el enfoque voluntario planteado con el Código PAOS y la asunción de compromisos de autorregulación publicitaria que comporta. AFAP anima a sus empresas miembro a adoptar los principios que sustentan el Código PAOS, y muestra de ello es que la práctica totalidad de empresas del sector que emiten publicidad en televisión están adheridas al mismo.

10 A7 h y las empresas que la forman trabajan continuamente para mejorar el conocimiento que los consumidores tienen de los productos del aperitivo.

AFAP y sus miembros trabajan para proporcionar información real, objetiva y estructurada sobre los productos de aperitivo que conduzca a la mejora de conocimiento sobre sus orígenes, elaboración y propiedades, y que permita reconocerlos como un vehículo de sociabilidad y comunicación, su relación con la dieta mediterránea y su perfecta integración en el contexto de una nutrición variada, equilibrada y un estilo de vida activo.

Entre otras acciones, AFAP ha desarrollado su propio decálogo enfocado al consumidor: "10 razones para integrar los productos de aperitivo en tu dieta. Decálogo para un consumo responsable e informado de los productos de aperitivo", y ha elaborado 12 NOTAS que recogen información objetiva, sencilla y clara sobre los productos de Aperitivo (proyecto apoyado y cofinanciado por el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino -MARM-).

