

Dossier de Prensa
AFAP (Asociación de Fabricantes
de Aperitivos)



www.afap-aperitivos.com

1. Asociación AFAP

La Asociación de Fabricantes de Aperitivos (AFAP) es una organización sin ánimo de lucro que representa, defiende los intereses y promueve el desarrollo de los fabricantes de patatas fritas, productos de aperitivo (snacks) y frutos secos que operan en España.

Actualmente, cuenta con **18 empresas asociadas** que suponen alrededor del **70% de la industria**. Sus centros productivos se sitúan en diversos puntos del estado español.

La Asociación es un **punto de encuentro** de estas empresas, en el que intercambian experiencias, impresiones y preocupaciones, con el objetivo de hacer evolucionar el sector, **siempre en pro del consumidor**.

Todas las actividades de la Asociación de Fabricantes de Aperitivos (AFAP) tienen el objetivo de **fomentar la competitividad del sector de los aperitivos** y se concretan en:

- La representación institucional y defensa de los intereses de sus asociados, asegurando **que la voz del sector sea tomada en cuenta** en todos aquellos aspectos relevantes que puedan afectar a su operatividad.
- La aportación a sus empresas miembro de **información actualizada** que les resulte de utilidad para afrontar los retos y/o problemas de la industria.
- El **asesoramiento** en temas legales, jurídicos o técnicos.
- La **promoción de las virtudes** de las distintas categorías de **productos** de aperitivo frente a prescriptores y consumidores.

AFAP, además, representa a la industria ante otras instituciones nacionales e internacionales, como su homóloga en Europa, la ESA (European Snacks Association) o la FIAB (Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas).

2. Los miembros de AFAP

Las empresas asociadas que forman parte de AFAP son:

Aperitivos Matarile, Aperitivos Medina, Aperitivos y Extrusionados, S.A.U. (Grupo Apex: Aspil, Aperitivos Gus, Patatas Vicente Vidal), Celigüeta, Cumba, Facundo Blanco, Frit Ravich, Gilper Alimentación, Grefusa, Ibersnacks Snacks co-maker, Syc Diversificación, Leng-d'Or, Liven, Productos Alfo 007, PepsiCo Foods, Risi, Frutos Secos San Blas, Tostados y Fritos.



3. Los productos de aperitivo

Los productos de aperitivo se estructuran en torno a 6 categorías:

- **Patatas fritas**
- **Frutos secos** (almendras, avellanas, nueces, cacahuetes, pistachos, piñones, pecanas, anacardos, macadamias, castañas...)
- **Semillas** (pipas de girasol o de calabaza)
- **Frutas desecadas** (ciruelas desecadas, uvas pasas, dátiles, higos secos, orejones de albaricoque...)
- **Aperitivos elaborados a base de cereales** como el maíz, el trigo, el arroz o el centeno (palomitas de maíz y aperitivos fritos o extrusionados, horneados de pan...)
- **Tortillas de maíz molido**



Los productos de aperitivo se obtienen a partir de **materias primas naturales** como las patatas, el maíz, las harinas de cereales y las frutas, que son sometidas a **procesos de elaboración sencillos** como el secado, el tueste, el horneado... Cuando el proceso de elaboración es la fritura, se utilizan aceites vegetales de alta calidad (procedentes de la oliva, la soja, el girasol o el maíz).

Los **frutos secos** y las **patatas fritas** son los productos de aperitivo más consumidos por los españoles. Los primeros concentran una cuota de mercado del 55%, seguida por la de patatas fritas (21%) y, en último lugar, el resto de referencias (aperitivos elaborados a base de cereales como las palomitas de maíz, los aperitivos fritos, los extrusionados y pellets, así como los horneados de pan).

El consumo per cápita de productos de aperitivo es ligeramente superior a los **6 kilos anuales** en España. Destaca el papel de los aperitivos como **vehículo de socialización**, ya que los momentos de reunión con amigos y familiares son los más escogidos para su consumo.

En la actualidad existe una extensa gama de productos que proporcionan al consumidor un **mayor abanico de posibilidades** a su elección. Entre estas opciones, se encuentran diferentes niveles de grasa, energía y sal a fin de satisfacer las necesidades de todos los consumidores.

El consumo de aperitivos en pequeñas cantidades tiene múltiples beneficios, por lo que pueden formar **parte de una dieta equilibrada, variada y saludable**. Una ración de aperitivos, que está establecida en **30 gramos**, proporciona la cantidad de energía recomendada para una comida entre horas y no tiene un aporte calórico alto.

4. La industria

La industria del aperitivo genera unas ventas en el mercado nacional cercanas a las **280.000 toneladas** de productos y a los **1.817 millones de euros** (datos de 2011). Las empresas que trabajan en este sector en España vendieron durante el año cerca de **276.000 toneladas** de productos de aperitivo.

Actualmente, el principal canal de comercialización de aperitivos es el **canal alimentación** (tiendas y supermercados), que representa el **65%**. El 35% restante de las ventas del sector se canaliza a través de los establecimientos de restauración colectiva, social, comercial y de impulso.

El tejido empresarial del sector de aperitivos en España, que **da trabajo a cerca de 20.000 personas**, se estructura en torno a medio millar de empresas, entre las que conviven grandes multinacionales con pequeñas sociedades de capital familiar, muchas de las cuales tienen un radio de acción únicamente local.

5. La web de AFAP

A través de la página web **www.afap-aperitivos.com**, AFAP pone a disposición de los consumidores un espacio en el que pueden consultar información de interés sobre los productos de aperitivo, sus propiedades, los beneficios de su consumo integrado en una dieta equilibrada, así como acerca de las principales características de la industria.

6. “Comprometidos con el consumidor”: Decálogo AFAP

AFAP actúa en base al decálogo “Comprometidos con el consumidor”, que se basa en estos 10 compromisos:

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**.

7. Contacto de prensa

evercom

María Bautista (maria.bautista@evercom.es)

93 415 37 05

91 577 92 72