

Dossier de Prensa

AFAP

**Asociación de Fabricantes
de Aperitivos**



Mayo de 2014

1.- LA ASOCIACIÓN

La Asociación de Fabricantes de Aperitivos (AFAP) es una organización sin ánimo de lucro que representa a las empresas elaboradoras de patatas fritas, productos de aperitivo y frutos secos que operan en España.

Actualmente, cuenta con 15 empresas asociadas que suponen alrededor del 60% de la industria. 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.

AFAP tiene como objetivo ser representante de los fabricantes de productos de aperitivo en España, proporcionándoles información actual acerca de las políticas que impactan en la industria y en el consumidor. Desde el punto de vista del consumo de los productos que representa, se centra en proveer información precisa sobre el rol de los productos de aperitivos como parte de una dieta equilibrada.

AFAP, además, es miembro de ESA (European Snacks Association, asociación europea que agrupa a más de 200 empresas elaboradoras de productos de aperitivo y a asociaciones nacionales) y de FIAB (Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas).

2. LOS MIEMBROS DE AFAP

AFAP representa a 15 empresas elaboradoras de productos de aperitivo, lo que supone el 60 % del sector. Las empresas asociadas que forman parte de AFAP son, por orden alfabético:

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



3. LOS PRODUCTOS DE APERITIVO

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

- **Patatas fritas.**
- Productos de aperitivo a base de cereales como el maíz, trigo, arroz, centeno, etc. (palomitas de maíz, tortillas y aperitivos fritos y extrusionados).
- **Frutos secos** (almendra, avellana, nueces, cacahuete, pistachos, piñones, pecanas, anacardos, macadamias).
- **Semillas** como las pipas de girasol o de calabaza.
- **Frutas desecadas** (ciruelas desecadas, uvas pasas, dátiles, higos secos, orejones de albaricoque).

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...que respetan sus propiedades naturales. 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).

En la actualidad existe una amplia gama de productos que proporcionan al consumidor un amplio 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.

4.- EL SECTOR

La industria del aperitivo representó durante 2013 un volumen, en términos de valor, de 1.922,4 millones de euros, lo que supone un incremento del 1,7 % con respecto a 2012.

Durante 2013, el mercado alcanzó un volumen de 285.754,1 toneladas, un 0,3 % más que el año anterior.

Los consumos por persona en España de las distintas categorías de productos de aperitivo quedan recogidos en la siguiente tabla:

Consumos per cápita ESPAÑA (Kgs/persona y año)

	2013
Patatas fritas	1,39
Resto snacks	1,21
Frutos secos	3,52
Patatas fritas+ resto snacks	2,60
Frutos secos + patatas fritas + resto snacks	6,13

Fuente: Afap

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.- LOS PRODUCTOS DE APERITIVO DENTRO DE UNA DIETA EQUILIBRADA

El consumo de productos de aperitivo debe ser ocasional y moderado, complementando una alimentación equilibrada, variada y saludable, sin llegar a sustituir nunca las comidas principales.

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. En una alimentación equilibrada con un consumo medio de 2000 kcal en la mujer y de 2500 kcal en el hombre, una ración de patatas fritas/aperitivos (30 g) proporciona 120-160 kcal y una ración de frutos secos (30 g) entre 170-200 kcal. Es decir, alrededor de un 10%.

Los productos de aperitivo son elaborados con aceites vegetales de bajo contenido en grasas saturadas y que no contienen ácidos grasos trans. Además, la mayor parte de los aperitivos se elaboran íntegramente con grasas bajas en saturadas (oliva, girasol o maíz). Ni las materias primas ni los aceites utilizados en la elaboración de los productos de aperitivo contienen colesterol.

Además, los productos de aperitivo contribuyen con menos de un 2% a la ingesta total media de sal. Aun así, el sector tiene papel activo en la estrategia de reducción del consumo de sal en la dieta. En España, desde 2005, se ha conseguido una reducción de más del 15% en los niveles de sal/sodio en patatas fritas y entre el 19-24% en el resto de productos de aperitivo.

6. “COMPROMETIDOS CON EL CONSUMIDOR”: DECÁLOGO AFAP

Las empresas miembro de la Asociación de Fabricantes de Productos de Aperitivo asumen su compromiso para con los consumidores, materializado en un Decálogo propio:

- I. Recomendación de un consumo moderado y ocasional de los productos del aperitivo, integrados en una dieta variada, equilibrada y saludable.
- II. Promoción activa de un estilo de vida saludable.
- III. Apoyo a la Estrategia NAOS y seguir ofreciendo alternativas saludables.

- IV. Promoción e impulso de la inclusión de Información Nutricional clara y simple en los envases de los productos de aperitivo.
- V. Papel activo en la estrategia de reducción del consumo de sal en la dieta.
- VI. Firme empeño en la reducción del contenido calórico de los productos de aperitivo, y uso de aceites vegetales sin ácidos grasos Trans, y particularmente bajos en ácidos grasos saturados.
- VII. Cumplimiento estricto de la normativa alimentaria vigente y la reglamentación específica del sector, así como códigos de buenas prácticas consensuados por el sector.
- VIII. Apuesta por la innovación. Investigación intensa y permanente asumiendo el reto de satisfacer las necesidades del consumidor y proporcionarle un mayor abanico de posibilidades en su elección.
- IX. Apoyo al código PAOS de autorregulación de la Publicidad de Alimentos dirigidos a menores y anima a sus empresas a participar en él.
- X. Trabajo continuo para mejorar el conocimiento que los consumidores tienen de los productos del aperitivo.

Más información: www.afap-aperitivos.com