

PLAN DE MEJORA DE LA COMPOSICIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS Y OTRAS MEDIDAS 2020

M^a José Yusta Boyo
Técnico superior de la V.Asesora para la Estrategia NAOS
AECOSAN



RETOS Y OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA NAOS

- Reducir las cifras de prevalencia de obesidad y sobrepeso en niños y niñas de 6-9 años, en adolescentes y/o adultos y por lo tanto las consecuencias en la salud.
- Mejorar la nutrición y las pautas alimentarias.
- Aumentar la actividad física en línea con las recomendaciones de la OMS y reducir el sedentarismo.
- Sensibilizar y concienciar a la población y motivar para mantener un estilo de vida saludable

LÍNEAS DE ACCIÓN DE LA E. NAOS

- **Apoyar la alimentación más saludable desde el inicio de la vida.**
- **Facilitar las opciones más saludables.**
- **Promover los entornos saludables y sostenibles para la adecuada alimentación y la práctica de la actividad física: escuelas e institutos, hospitales, centros socio sanitarios, entorno laboral, comunidad... en coordinación y sinergia con otras Administraciones.**
- **Reforzar las restricciones del marketing y publicidad de alimentos y bebidas dirigidas a los menores.**
- **Informar y empoderar a familias y población y en especial la más vulnerable.**
- **Generar y difundir evidencia (Observatorio de la Nutrición y del Estudio de la Obesidad) e impulsar “las mejores prácticas”**
- **Seguimiento y evaluación.**



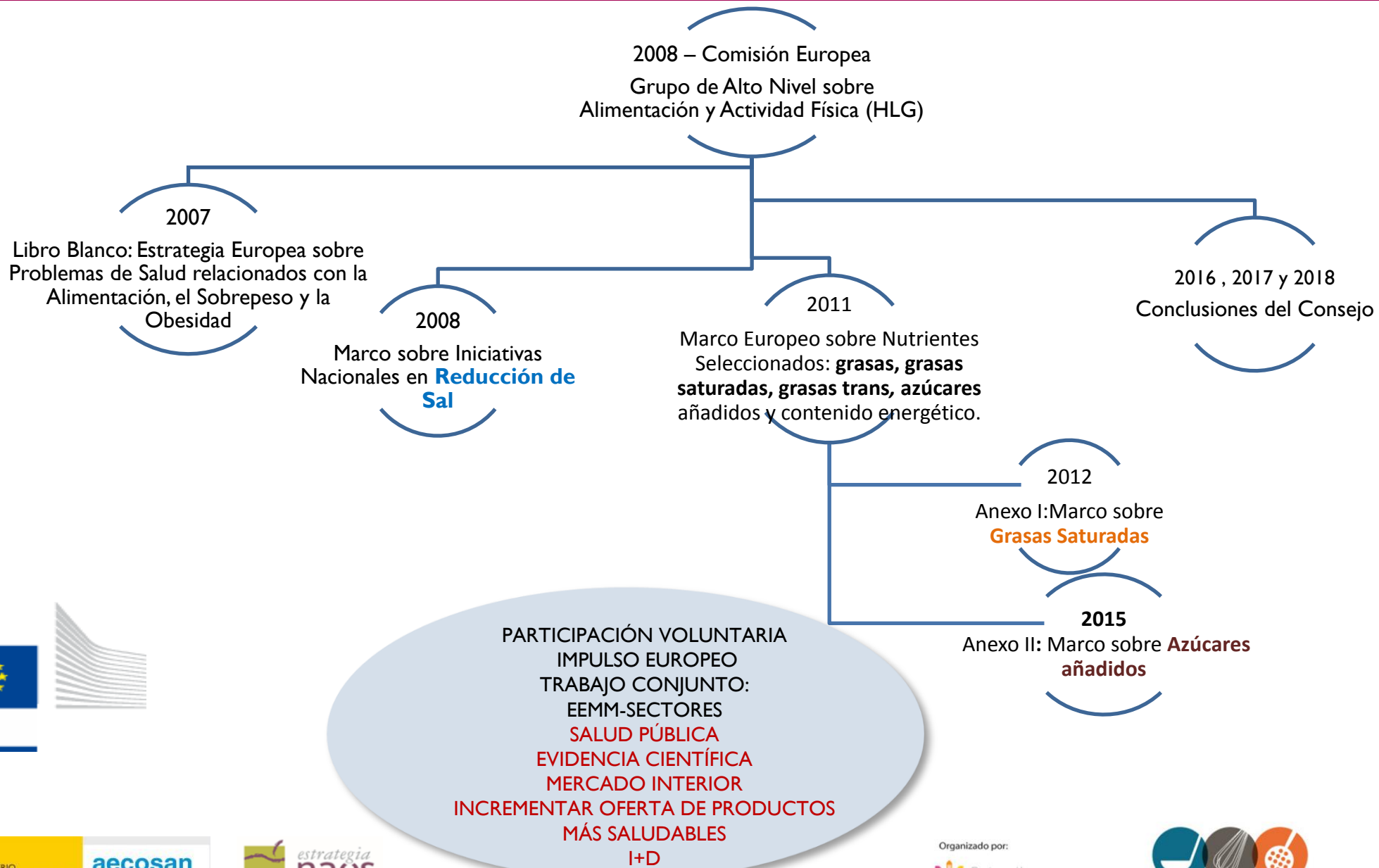
FACILITAR LAS OPCIONES MAS SALUDABLES. ¿POR QUÉ UN PLAN PARA LA MEJORA DE LA COMPOSICIÓN EN ESPAÑA?

Responde a

- La salud pública- protección de la salud.
- La demanda actual de los consumidores.
- Necesidad de compromiso y consenso.
- Facilitar disminución de brecha en desigualdades en acceso a alimentación saludable.



MARCO EUROPEO DE POLÍTICAS DE REFORMULACIÓN



OBJETIVOS

- **Reducción 10% azúcares añadidos** en muchos productos para 2020.
- **Continuar** con los compromisos de reducción de **sal, grasas saturadas y grasas trans** de origen industrial.
- Asegurar que las reducciones y sustituciones **no eleven el contenido calórico**.
- **Incrementar** la oferta de **menús o comidas más saludables** fuera del hogar.
- Impactar sanitaria y socialmente en la “cesta de la compra”.

ENFOQUE Y CLAVES DEL PLAN

- **Objetivos de salud pública** claros:
 - **Disminución del consumo de azúcar y de otros nutrientes (sal y grasas)**
 - **Mejorar la calidad nutricional de la dieta.**
- Estar alineado con políticas de OMS y UE .
- **Facilitar más opciones saludables:**
 - Reformulación de muchos productos de consumo habitual en familias, niños y jóvenes.
 - Más oferta de menús más equilibrados también fuera del hogar: colegios, trabajo, vending...
- Disponer de **datos propios** (AECOSAN) comparativos de composición de distintos tipos de productos entre sí y poder contrastar con lo de los sectores.
- **Liderazgo** de la AECOSAN-MSCBS en la coordinación e impulso de los acuerdos con los distintos sectores, para obtener consenso y un tiempo de aplicación ajustado.

ENFOQUE Y CLAVES DEL PLAN

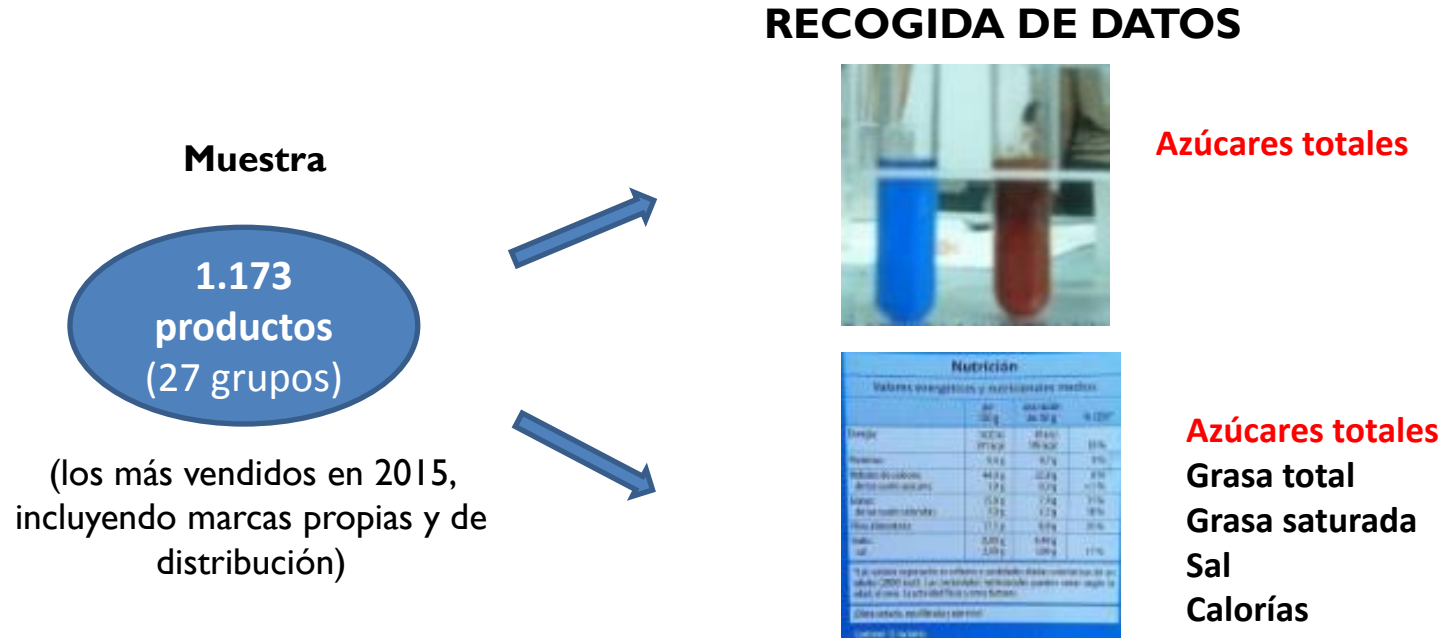
- **Transversal y amplio:** Establecer acuerdos de consenso y conjuntos, para **muchas empresas** (grandes, medianas y pequeñas) de **varios** sectores, para **muchos productos y establecimientos**.
- Impulsar que **la mejora de la composición** de los productos y de la calidad nutricional de los menús, sea una **estrategia estructural de las empresas**. Deben de ser parte de la solución no del problema.
- Contribuir a **la disminución de las desigualdades** en el acceso a la alimentación más saludable.
- **Seguimiento y transparencia** para consolidar y garantizar su ejecución.
- Valoración de los aspectos técnicos, de seguridad alimentaria, legislativos y de competitividad.
- Impulsar **la coordinación y seguimiento** de las medidas con otras administraciones.

FASES DEL PLAN. METODOLOGÍA ACORDADA EN EUROPA



ESTUDIO DEL CONTENIDO EN AZÚCARES EN CIERTOS GRUPOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS (2016)

Datos para establecer el contenido basal de nutrientes, proponer los objetivos de reducción y realizar el seguimiento de las medidas de reformulación en el futuro.

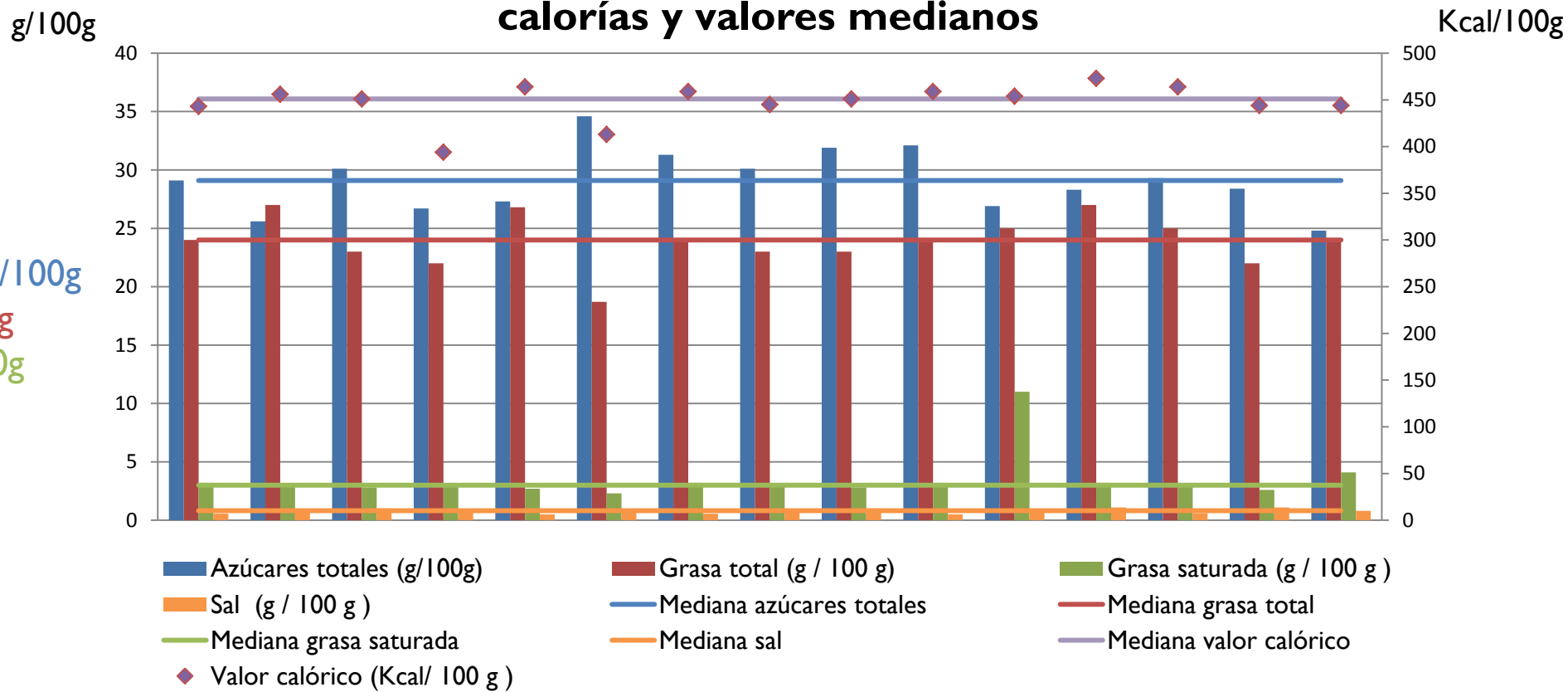


- Se observan importantes diferencias en el contenido en nutrientes entre productos de una misma familia, lo cual permite establecer objetivos de reducción del contenido en nutrientes.
- El etiquetado nutricional supone una información precisa y fiable sobre el contenido en nutrientes y una herramienta útil para llevar a cabo estudios y realizar el seguimiento del contenido en nutrientes.

DATOS BASALES PARA CADA SUBCATEGORÍA DE PRODUCTOS

27 Grupos → 77 familias (subcategorías)

Contenido de azúcares totales, grasa total, grasa saturada, sal y calorías y valores medianos



Datos basales

Azúcares totales: 29,1 g/100g

Grasas totales: 24 g/100g

Grasas saturadas: 3g/100g

Sal: 0,82 g/100g

PASOS PARA ALCANZAR LOS ACUERDOS SECTORIALES

1. Reunión con las **asociaciones sectoriales** para presentar los objetivos del PLAN, las propuestas de reducción y otras medidas, basados en el Marco Europeo de Reformulación, los estudios de la AECOSAN y otras evidencias científicas.
2. Comunicación a sus empresas asociadas.
3. Discusión de los aspectos técnicos, regulatorios y de competitividad.
4. Acuerdos sectoriales. Compromisos de todas las empresas de la asociación sectorial en lugar de acuerdos individuales → **Acuerdos transversales**

OBJETIVOS DE REDUCCIÓN DE NUTRIENTES

AZÚCARES AÑADIDOS

10%

PRODUCTOS LACTEOS:

Yogur natural azucarado, yogur de sabores, yogur con frutas, yogur líquido, queso fresco semidesnatado con fruta tipo petit fresa-plátano, leche fermentada líquida semidesnatada individual y batidos.

DERIVADOS CARNICOS:

Jamón cocido extra, pechuga de pavo, salchicha/mortadela, chorizo vela extra, salchichón extra y longaniza fresca.

NÉCTARES DE FRUTAS (sin edulcorantes):

Melocotón, Naranja y Piña.

SALSAS: Tomate frito.

BEBIDAS REFRESCANTES LIMA-LIMON (sin edulcorantes) .

CEREALES DE DESAYUNO INFANTIL CHOCOLATEADOS.

18%

SALSAS: Mayonesa.

3,5%

a

7,4%

PRODUCTOS LÁCTEOS (de indulgencia):

Flan de huevo, natillas de vainilla, yogur griego azucarado, yogur griego con frutas y arroz con leche.

5%

BOLLERIA Y PASTELERIA:

Pastelito relleno con cobertura y sin cobertura, bollo relleno sin cobertura, bollo sin relleno, rosquillas sin y con cobertura, croissant y magdalenas.

GALLETAS: de desayuno familiar e infantil y rellenas.

HELADOS INFANTILES A BASE DE AGUA.

PAN ESPECIAL ENVASADO: de molde blanco e integral y pan tostado y tostado integral.

SALSAS: Kétchup y salsa fina.

OBJETIVOS DE REDUCCIÓN DE NUTRIENTES

SAL

DERIVADOS CARNICOS:

Jamón cocido extra, pechuga de pavo, salchicha/mortadela, chorizo/salchichón vela extra y longaniza fresca.

SALSAS: Mayonesa.

APERITIVOS SALADOS.

PLATOS PREPARADOS:

Croquetas, empanadillas, nuggets, canelones/lasañas, productos de surimi (sucedáneo de cangrejo y sucedáneo de angula), anillas y anillas restructuradas.

SALSAS: Tomate frito.

13,8%

PATATAS FRITAS

6,7%

CREMAS DE VERDURAS

5%

SALSAS: Kétchup y salsa fina

GRASAS SATURADAS

10%
GS

APERITIVOS SALADOS :

Patatas fritas, productos de aperitivo fritos y palomitas de microondas.

PLATOS PREPARADOS :

Nuggets

5%
GS

GALLETAS de desayuno familiar e infantil y rellenas.

BOLLERÍA Y PASTERÍA:

Rosquillas con y sin cobertura y bollo con pepitas de chocolate

5%
GT

DERIVADOS CARNICOS

Salchicha/mortadela, chorizo/salchichón vela extra y longaniza fresca.



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE SANIDAD, CONSUMO Y BIENESTAR SOCIAL

aecosan
agencia española de consumo, seguridad alimentaria y nutrición

estrategia naos
¡come sano y muévete!

Organizado por:
Restauración colectiva

CONGRESO RESTAURACIÓN COLECTIVA

Patrocinador principal:

A & H
Alimentaria HOSTELCO

4 Acuerdos generales de reformulación (fabricantes y distribución)

75 Acuerdos cuantitativos para reducir nutrientes (reformulación) (fabricantes y distribución)

27 Acuerdos cuantitativos (Restauración moderna, Restauración social y vending)

74 Otros compromisos (todos los sectores)

13

Grupos de alimentos y bebidas

Aperitivos salados
Bebidas refrescantes
Bollería y pastelería
Cereales de desayuno
Cremas
Derivados cárnicos
Galletas

Helados
Néctares de frutas
Pan especial envasado
Platos preparados
Productos lácteos
Salsas

57

Subcategorías

+3500

Productos de consumo habitual

44,5%

De la energía diaria total aportada por los alimentos y bebidas que contienen azúcar añadido.

5 SECTORES COMPROMETIDOS

Todos suman

Más oferta de productos reformulados y más accesibles y una mejor alimentación
Impacto en la cesta de la compra



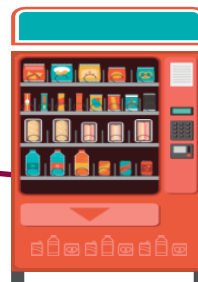
Restauración moderna



Fabricación y Distribución



Restauración social



Distribución automática
Organizado por:
Congreso de Restauración Colectiva



Patrocinador principal:



OBJETIVOS NUMÉRICOS DE REDUCCIÓN DEL SECTOR DE LA RESTUARACIÓN SOCIAL



COLEGIOS

MEDIDAS	DATOS EN 2016 (estimación media de todas las empresas)	DATOS EN 2020 (estimación media de todas las empresas)
Aumentar la oferta de platos a base de carnes magras frente a otras carnes, como segundo plato, en centros donde se oferta carne una vez a la semana	1 vez/mes	2 veces/mes
Aumentar la oferta de platos cocinados a la plancha, y cocción y horno, sin añadir sofritos o salsas elaboradas	4 veces/mes	8 veces/mes
Disminuir la oferta de platos precocinados fritos (croquetas, San Jacobo, empanadillas...) tanto en platos principales como de acompañamiento	10% al mes	≤7% al mes
Aumentar la oferta de pan integral como alternativa al pan blanco	0 días a la semana	1 día a la semana

EMPRESAS/CAFETERÍA DE HOSPITALES/FUERZAS Y CUERPOS DE SEGURIDAD DEL ESTADO/CENTROS DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS



MEDIDAS	DATOS EN 2016 (ESTIMACIÓN MEDIA DE TODAS LAS EMPRESAS)	DATOS EN 2020 (ESTIMACIÓN MEDIA DE TODAS LAS EMPRESAS)
Aumentar la oferta de primeros platos a base de hortalizas incluidas las verduras, en caso de 1 menú sin elección	1 vez/semana	2 veces/semana
Aumentar la oferta de primeros platos a base de legumbres, en caso de que haya varios menús para elegir	1 vez/semana	2 veces/semana
Aumentar la oferta de segundos platos con guarnición de hortalizas, incluidas verduras, o legumbres, en caso de que haya varios menús para elegir	2 veces/semana	3 veces/semana
Aumentar la oferta de platos de pescado como segundo plato, en caso de 1 menú sin elección	1 vez/semana	2 veces/semana
Aumentar la oferta de platos a base de carnes magras como segundo plato/total oferta de carnes, en caso de 1 menú sin elección	1 vez/semana	2 veces/semana
Aumentar la oferta de opciones de postre: fruta fresca de temporada (entera o manipulada, p.ej. macedonia), en caso de 1 menú sin elección	3 veces/semana	4 veces/semana
Aumentar la oferta de platos cocinados a la plancha, cocción y horno, sin añadir sofritos o salsas elaboradas, en caso de que haya varios menús para elegir	4 veces/mes	8 veces/mes
Disminuir la oferta de platos precocinados fritos (croquetas, San Jacobo, empanadillas...), en caso de que haya varios menús para elegir	15% al mes (de todos los productos servidos incluido acompañamiento)	<10% al mes (de todos los productos servidos incluido acompañamiento)
Aumentar la oferta de yogur natural no azucarado frente al total de oferta de productos lácteos, en caso de que haya varios menús para elegir	1 de cada 8 al mes	1 de cada 4 al mes

PARA CENTROS DE PENSIÓN COMPLETA-7 DÍAS (EXCEPTO SECTOR SOCIO-SANITARIO)



MEDIDAS	DATOS EN 2016 (ESTIMACIÓN MEDIA DE TODAS LAS EMPRESAS)	DATOS EN 2020 (ESTIMACIÓN MEDIA DE TODAS LAS EMPRESAS)
Aumentar la oferta de biscotes/pan sin sal y galletas sin azúcar frente al total de oferta de biscotes y galletas	10% de galletas/ 10% de pan	25% de galletas/50% de pan
Aumentar la oferta de primeros platos a base de hortalizas y verduras, en caso de que haya varios menús para elegir	4 veces/semana	6 veces/semana
Aumentar la oferta de primeros platos a base de legumbres, en caso de que haya varios menús para elegir	1 vez/semana	2 veces/semana
Aumentar la oferta de segundos platos con guarnición de hortalizas, incluidas las verduras o legumbres, en caso de 1 menú sin elección	7 veces/semana	8 veces/semana
Aumentar la oferta de platos de pescado como segundo plato, en caso de 1 menú sin elección	3 veces/semana	4 veces/semana
Aumentar la oferta a base de carnes magras como segundo plato, en caso de 1 menú sin elección	2 veces/semana	3 veces/semana
Aumentar la oferta de opciones de postre: fruta fresca de temporada (entera o manipulada, p.ej. macedonia), en caso de 1 menú sin elección	7 de 14, que son el total de comidas que se dan a la semana entre la comida y la cena	10 de 14, que son el total de comidas que se dan a la semana entre la comida y la cena
Aumentar la oferta de platos cocinados a la plancha, cocción y horno, sin añadir sofritos o salsas elaboradas	5 veces/mes	9 veces/mes
Disminuir la ofertar de platos precocinados fritos (croquetas, San Jacobo, empanadillas...)	20% al mes	≤ 15% al mes
Aumentar la oferta de yogur natural no azucarado frente al total de la oferta de productos lácteos	1 de cada 8	1 de cada 4

SIGUIENTES PASOS

- Confirmación de los acuerdos y compromisos mediante **firma** de los **Convenios** por las asociaciones sectoriales y de las **Adhesiones las empresas**.
- **Quién y Qué** : Transparentar las compañías comprometidas con el Plan.
- Comenzar la **aplicación de la metodología del seguimiento y evaluación**.
- **Coordinarse con las CCAA** y otras administraciones para el control y seguimiento. Integrarlo en el Plan Nacional del Control Oficial de la Cadena Alimentaria.
- **Comunicar** y promocionar el Plan: UE, OMS , profesionales sanitarios, asociaciones sectoriales, empresas, sociedades científicas, y consumidores.
- **Impulsar** más acuerdos y más Convenios (**otros sectores, otros productos..**)



**HACER DE LO SALUDABLE LO
ESTÁNDAR.
PREVENIR LA OBESIDAD Y OTRAS
ENT
ES UNA RESPONSABILIDAD DE
TODOS**

MUCHAS GRACIAS