

EVALUACIÓN FINAL

DE LOS ACUERDOS DE REDUCCIÓN DEL CONTENIDO EN
NUTRIENTES SELECCIONADOS (AZÚCARES, SAL Y GRASAS) DEL
**PLAN DE COLABORACIÓN PARA LA MEJORA DE LA COMPOSICIÓN
DE LOS ALIMENTOS Y BEBIDAS Y OTRAS MEDIDAS**

2020



DISEÑO, DIRECCIÓN DEL ESTUDIO Y ANÁLISIS E INFORME DE RESULTADOS

VOCALÍA ASESORA PARA LA ESTRATEGIA NAOS

Almudena Rollán Gordo

Marta García Solano

M^a José Yusta Boyo

Enrique Gutiérrez González

OTROS COLABORADORES

Laura Tejedor Romero

Blanca Valero de Bernabé Calle

Cristina Sepúlveda Villafranca

Mariana Gil

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

Rubén Martín Bravo

AGRADECIMIENTOS

Asociaciones sectoriales y empresas de fabricación, distribución, restauración social, restauración moderna y distribución automática

Cita recomendada: *Resultados de la evaluación final del cumplimiento de los acuerdos del Plan de colaboración para la mejora de la composición de los alimentos y bebidas y otras medidas 2020. Estudio de composición de los alimentos y bebidas de los sectores de fabricación y distribución y análisis de las ofertas de menús y productos alimenticios en centros y establecimientos de restauración y distribución automática en 2021.* Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición. Ministerio de Consumo. Madrid, 2022.

1. PRÓLOGO / RESUMEN EJECUTIVO	5
2. INTRODUCCIÓN	7
2.1 Nutrición y enfermedades crónicas prevenibles en un contexto de aumento de la prevalencia de obesidad y sobrepeso	8
<i>Las enfermedades no transmisibles</i>	8
<i>El sobrepeso y la obesidad como problema de salud pública</i>	8
<i>Efectos sobre la salud y recomendaciones actuales de ingesta de azúcares, sal y grasas saturadas</i>	9
<i>El coste económico del sobrepeso y la obesidad</i>	11
2.2 Papel de la reformulación en la mejora de los entornos alimentarios	12
2.3. Antecedentes de iniciativas de reformulación en España	16
2.4. Plan de colaboración para la mejora de la composición de los alimentos y bebidas y otras medidas 2020	17
2.5 Enfoque transversal de los acuerdos del PLAN	18
2.5.1. Acuerdos con los sectores de la fabricación y la distribución	20
2.5.2. Acuerdos con los sectores de la alimentación fuera del hogar (restauración social, restauración moderna y distribución automática)	22
2.6 Seguimiento del PLAN	25
3. OBJETIVOS	26
4. METODOLOGÍA	28
4.1 Evaluación de medidas cuantitativas de los sectores de fabricación y distribución. Estudio de composición de los alimentos y bebidas 2021	29
4.1.1 Selección y obtención de la muestra del estudio de composición de alimentos y bebidas 2021	29
4.1.2 Recogida de datos	29
4.1.3 Tratamiento informático y depuración de los datos	30
4.1.4 Análisis estadístico	30
4.2 Evaluación de medidas cualitativas de los sectores de fabricación y distribución y medidas cuantitativas y cualitativas de los sectores de alimentación fuera del hogar–restauración social, restauración moderna y distribución automática. Cuestionarios	31
4.2.1 Diseño de los cuestionarios	31
4.2.2 Recogida de las respuestas	32
4.2.3 Tratamiento informático, depuración y codificación de los datos	32
4.2.4 Análisis estadístico	34
5. EVALUACIÓN DE RESULTADOS	35
5.1 Resultados globales y por subcategorías de alimentos de los compromisos de mejora de la composición de alimentos y bebidas y otras medidas de los sectores de fabricación y distribución	39

5.2	Resultados globales de los compromisos de mejora de los sectores de alimentación fuera del hogar: restauración social, restauración moderna y distribución automática.....	50
5.2.1.	Restauración social.....	50
5.2.2.	Restauración moderna	51
5.2.3.	Distribución automática	51
5.3	Resultados por subcategorías de alimentos	52
5.3.1	Medidas generales de los sectores de fabricación y distribución para todas las subcategorías.....	52
5.3.2	Medidas cuantitativas y cualitativas: resultados por subcategoría de alimentos y bebidas	53
5.3.3	Medidas cualitativas del sector de distribución.....	140
5.4	Compromisos de mejora de la oferta de alimentos y bebidas de los sectores de alimentación fuera hogar.....	141
5.4.1	Compromisos con el sector de restauración social.....	141
	Resumen del cumplimiento de los compromisos con el sector de restauración social.	
	Medidas cuantitativas.....	144
	Resumen del cumplimiento de los compromisos con el sector de restauración social.	
	Medidas cualitativas.....	147
5.4.2	Compromisos con el sector de restauración moderna	147
	Resumen del cumplimiento de compromisos en la restauración moderna.	
	Medidas cuantitativas.....	148
	Resumen del cumplimiento de compromisos en la restauración moderna.	
	Medidas cualitativas.....	149
5.4.3	Compromisos con el sector de la distribución automática	151
	Resumen del cumplimiento de compromisos en el sector de la distribución automática.	
	Medidas cuantitativas y cualitativas	156
6.	CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE TRABAJO	157
6.1	En relación con el diseño, ejecución y evaluación del PLAN	158
6.2	Grado de cumplimiento global de los compromisos del PLAN	160
6.3	Áreas de mejora	161
6.4	En relación con la continuidad del PLAN	162
7.	BIBLIOGRAFÍA	165
8.	ANEXOS	171



1

PRÓLOGO

RESUMEN EJECUTIVO

El alarmante crecimiento de las enfermedades crónicas relacionadas con patrones de alimentación poco saludables y estilos de vida sedentarios, junto con las consecuencias que acarrea para la vida de las personas y la sostenibilidad de los sistemas sanitarios y del planeta, convierten la composición nutricional de los alimentos transformados en uno de los aspectos que requieren un estudio en profundidad e intervenciones de alcance con el objetivo de facilitar a la población una oferta de alimentos más saludables.

Estas actuaciones encuentran diferentes barreras, como su complejidad técnica, la necesidad de desarrollarse en un contexto de consenso con los actores implicados y el arraigo del consumo algunos alimentos poco saludables, debido con frecuencia a su mayor palatabilidad vinculada a la presencia de elevados contenidos de sal, azúcar o grasas.

Este informe contiene los resultados de la evaluación final del cumplimiento de 180 compromisos con los sectores de fabricación, distribución y alimentación fuera del hogar (restauración moderna, restauración social y distribución automática) del *Plan de colaboración para la mejora de la composición de los alimentos y bebidas y otras medidas 2020*, tras los cuatro años de desarrollo del mismo para alcanzar los objetivos comprometidos por más de 300 empresas del sector de la alimentación.

Más allá de los propios acuerdos y su grado de cumplimiento, que siendo satisfactorios siempre son susceptibles de ser más ambiciosos, el plan representa un esfuerzo conjunto de mejora en el marco de un compromiso más amplio a nivel de la Unión Europea y la Organización Mundial de la Salud para impulsar las políticas de reformulación, de forma transparente y con rigurosos criterios técnicos y metodológicos.

Los resultados que aquí se presentan permiten a su vez establecer las bases para la continuidad de las políticas de reformulación, partiendo de un conocimiento profundo y compartido logrado por todos los actores implicados.



2

INTRODUCCIÓN

2.1. NUTRICIÓN Y ENFERMEDADES CRÓNICAS PREVENIBLES EN UN CONTEXTO DE AUMENTO DE LA PREVALENCIA DE OBESIDAD Y SOBREPESO

La Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN), Organismo Autónomo adscrito al Ministerio de Consumo, tiene como uno de sus ejes fundamentales de actuación la promoción de hábitos nutricionales saludables junto a la práctica de la actividad física, como política de salud pública para hacer frente al sobrepeso y la obesidad, en el marco de las líneas de acción de la Estrategia para la nutrición, actividad física y prevención de la obesidad (Estrategia NAOS).

Las enfermedades no transmisibles

Las enfermedades no transmisibles (ENT), también conocidas como enfermedades crónicas, son el resultado de la combinación de factores genéticos, fisiológicos, ambientales y conductuales. Los principales tipos de ENT son las enfermedades cardiovasculares, el cáncer, las enfermedades respiratorias crónicas y la diabetes. Las ENT son la principal causa de mortalidad en todo el mundo, siendo la causa de muerte de 41 millones de personas cada año, lo que equivale al 71% de las muertes que se producen en el mundo⁽¹⁾.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), los factores de riesgo que aumentan el riesgo de ENT son el aumento de la tensión arterial; el sobrepeso y la obesidad; la hiperglucemia (concentraciones elevadas de glucosa en la sangre); y la hiperlipidemia (concentraciones elevadas de grasas en la sangre). Por lo tanto, las medidas destinadas a controlar estos factores pueden reducir el riesgo de desarrollar las principales ENT, así como las complicaciones asociadas a las mismas⁽¹⁾.

El sobrepeso y la obesidad como problema de salud pública

El exceso de peso (que incluye tanto la obesidad como el sobrepeso), es un factor de riesgo para las ENT. La relación entre la obesidad y los problemas cardiovasculares, diabetes, enfermedades respiratorias, enfermedades músculo-esqueléticas y algunos tipos de cáncer, entre otras enfermedades, está bien documentada^(2,3). Aunque las causas de la obesidad son variadas y complejas, en la mayoría de la población están ligadas a los hábitos alimentarios y de actividad física y al sedentarismo. La obesidad infantil, a parte del impacto en salud que tiene durante la infancia, es también un factor de riesgo importante para padecer obesidad durante la edad adulta⁽⁴⁾.

En Europa, según la OMS, las cifras de exceso de peso infantil han ido aumentando considerablemente durante las últimas décadas, superando la prevalencia de sobrepeso y obesidad el 30% y 10%, respectivamente⁽⁵⁾.

En España, según el estudio ALADINO 2019 de Alimentación, Actividad Física, Desarrollo Infantil y Obesidad, desarrollado desde el Observatorio de la Nutrición y de Estudio de la Obesidad de la AESAN en escolares de 6 a 9 años, las cifras de sobrepeso y obesidad se sitúan entre las más altas de Europa, alcanzando el 23,3% y 17,3% de los escolares, respectivamente, siendo el sobrepeso más frecuente entre las niñas (24,7% niñas vs. 21,9% niños) mientras que la prevalencia de obesidad es superior entre los niños (15,0% niñas vs 19,4% niños). Desde 2011 se

aprecia, sin embargo, un descenso de 3,9 puntos porcentuales en la prevalencia de exceso de peso (descenso de 2,9 puntos el sobrepeso y 1,0 la obesidad), a pesar del cual, las cifras siguen siendo alarmantemente elevadas^(6,7). Existen además grandes desigualdades socioeconómicas respecto a estas cifras. En España, la prevalencia de obesidad infantil es aproximadamente el doble entre los escolares de familias con menores ingresos en comparación con los de las familias con mayores ingresos⁽⁶⁾. En España diversos estudios han puesto de manifiesto que un menor nivel socioeconómico o de estudios de los progenitores se asocia con hábitos alimentarios menos saludables (más consumo de snacks dulces y salados, bollería y bebidas azucaradas y menos consumo de frutas y hortalizas o no desayunar, ir más de una vez por semana a restaurantes de comida rápida o una menor adherencia a dieta mediterránea)⁽⁸⁻¹¹⁾.

En adultos, las cifras de obesidad tampoco han dejado de crecer en la mayoría de los países de la Unión Europea (UE), y las cifras globales son muy similares a las de España^(12,13).

CIFRAS DE EXCESO DE PESO EN ADULTOS			
REGIÓN	EXCESO DE PESO	OBESIDAD	SOBREPESO
UE	53%	17%	36%
ESPAÑA	53,6%	16%	37,6%

En España, en las últimas dos décadas se observa en adultos una situación estable del sobrepeso y una tendencia ascendente de la obesidad hasta 2017, con un ligero descenso en 2020. Según datos de la Encuesta Europea de Salud en España 2020 la prevalencia de obesidad (15,5% mujeres vs. 16,5% hombres), y sobre todo el sobrepeso (30,6% mujeres vs. 44,9% hombres) son superiores en hombres que en mujeres⁽¹⁴⁾.

Efectos sobre la salud y recomendaciones actuales de ingesta de azúcares, sal y grasas saturadas

Azúcares

Una ingesta elevada de azúcares libres (definición que engloba los monosacáridos y disacáridos añadidos a los alimentos –o azúcares añadidos– y los azúcares naturalmente presentes en la miel, los jarabes y los zumos de frutas) está asociada a una mala calidad de la dieta, la obesidad y el riesgo de contraer ENT, ya que aporta una cantidad considerable de energía⁽¹⁷⁾. Los azúcares contribuyen de manera importante a la densidad energética global de la dieta, es decir, al aporte calórico, promoviendo un balance energético positivo.

La OMS en su última guía actualizada sobre *Ingesta de azúcares para adultos y niños* de 2015, recomienda limitar el consumo de azúcares libres a lo largo de toda la vida, aconsejando una ingesta reducida de azúcares libres a menos del 10% de la ingesta calórica total (recomendación fuerte) y preferiblemente menor al 5% (recomendación condicional). Las recomendaciones se basan en evidencias científicas que relacionan la ingesta de azúcares libres con el peso corporal y la caries dental⁽¹⁸⁾ y que asocian un elevado consumo de azúcares añadidos con un mayor riesgo de presentar exceso de peso, con un peor aporte de nutrientes y una menor variedad de la dieta⁽¹⁹⁾.



Según los resultados de los estudios científicos es el consumo excesivo de **azúcares libres**, más que el consumo de azúcares totales, el relacionado con los problemas de salud, por lo que es necesario establecer recomendaciones para reducir su consumo. Sin embargo, en este sentido no existe un consenso en relación a la ingesta de azúcares añadidos a nivel mundial. En Europa, la Autoridad Europea en Seguridad Alimentaria (EFSA) no ha llegado a establecer un nivel máximo de ingesta tolerable o un nivel seguro de ingesta para los azúcares alimentarios. Todas las relaciones *dosis-respuesta* entre la ingesta de azúcares y el riesgo de efectos adversos en la salud evaluadas por la EFSA fueron positivas y lineales, de forma que cuanto mayor era la ingesta, mayor era el riesgo de efectos adversos, no pudiendo determinar un valor *umbral* por debajo del cual no se hayan observado efectos adversos en la salud. Por ello, dado el riesgo de desarrollar enfermedades metabólicas crónicas y caries, se recomienda que la ingesta de azúcares añadidos y libres sea lo más baja posible⁽²⁰⁾.

Sal

Un elevado consumo de sodio y una ingesta insuficiente de potasio contribuyen al incremento de la presión arterial provocando hipertensión, lo que incrementa significativamente el riesgo de cardiopatías y accidentes cerebrovasculares. Se estima que en 2017, a nivel mundial, 3 millones de muertes y 70 millones de años de vida ajustados por discapacidad (AVAD) fueron atribuibles al consumo elevado de sodio⁽²¹⁾. En la actualidad, aproximadamente el 99% de la población adulta mundial tiene una ingesta media de sal superior a los niveles recomendados⁽²²⁾.

Las directrices de la OMS recomiendan reducir la ingesta de sodio a menos de 2 g/día, equivalente a 5 g de sal, para mejorar los resultados en salud. Un consumo de sal inferior a 5 gramos diarios en el adulto tiene como principal beneficio la disminución de la tensión arterial⁽²³⁾, lo que contribuye a disminuir el riesgo de enfermedad cardiovascular, accidente cerebrovascular e infarto de miocardio.

Los Estados Miembros de la OMS han acordado reducir en un 30% la ingesta media de sal de la población para 2025, con el fin de prevenir y controlar las ENT⁽²⁴⁾.

Grasas

Existen pruebas sólidas de que una menor ingesta total de grasas está asociada con una disminución del peso corporal⁽²⁵⁾. Hay también evidencia firme de que la reducción de ácidos grasos saturados y su sustitución por ácidos grasos poliinsaturados disminuye el riesgo de enfermedad coronaria⁽²¹⁾.

En base a esta evidencia, la *Food and Agriculture Organization* (FAO) y la OMS recomiendan que las grasas no supongan más del 30% de la ingesta calórica total de la población adulta y, en el caso de los ácidos grasos saturados, que no supongan más del 10% de la ingesta calórica total. Se recomienda, además, que los ácidos grasos saturados sean sustituidos por ácidos grasos poliinsaturados^(17,26).



Grasas

<30% de la ingesta calórica total



Ácidos grasos saturados

<10% de la ingesta calórica total



Sustituir los ácidos grasos saturados por poliinsaturados

Recientemente la EFSA ha publicado el informe *Asesoramiento científico relacionado con la elaboración de perfiles nutricionales para el desarrollo de un etiquetado nutricional obligatorio armonizado en la parte delantera del envase y el establecimiento de perfiles nutricionales para restringir las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos* ⁽²⁷⁾. En este informe el Grupo de Expertos observa que la ingesta media de ácidos grasos saturados, sodio y azúcares añadidos y libres supera los límites máximos de ingesta recomendados en la mayoría de las poblaciones europeas y sus subgrupos. Además, considera que el consumo excesivo de estos nutrientes se asocia a efectos adversos para la salud, y que una reducción de la ingesta de ácidos grasos saturados, sodio y azúcares añadidos y libres es importante para la salud pública de las poblaciones europeas. Por otro lado, también observa que la ingesta de energía supera las necesidades para el mantenimiento de un peso corporal normal en la mayoría de las poblaciones europeas y considera que el exceso de ingesta energética que conduce al sobrepeso y la obesidad está asociado a efectos adversos para la salud, y que una reducción de la ingesta energética es importante para la salud pública de las poblaciones europeas.

El coste económico del sobrepeso y la obesidad

Además de ser un grave problema de salud pública, el aumento de la prevalencia del exceso de peso supone un importante gasto para los sistemas sanitarios, siendo más evidentes los costes sanitarios directos asociados con el tratamiento de enfermedades que tienen como factor de riesgo la obesidad.

De acuerdo con el informe *The Heavy Burden of Obesity: The Economics of Prevention* publicado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) en 2019, la obesidad provoca en España una reducción de 2,6 años en la esperanza de vida y es responsable del 9,7% del gasto sanitario, reduciendo la productividad laboral en el equivalente a 479.000 jornadas laborales anuales ⁽¹⁵⁾.

De acuerdo con este mismo informe, las personas que viven con obesidad tienen una probabilidad significativamente mayor de utilizar los servicios de atención médica domiciliaria, tener más visitas ambulatorias, recibir más medicamentos recetados, ingresar en un hospital y someterse a cirugía que las personas con menor índice de masa corporal. A su vez, los costes asocia-

dos a la atención de las personas con obesidad son más elevados y sus estancias hospitalarias más prolongadas⁽¹⁵⁾.

Más recientemente, la *World Obesity Federation* publicó en 2021 un estudio calculando los costes directos e indirectos de la obesidad en 8 países, incluido España. Según este estudio, los costes relacionados de manera directa (como atención médica o desplazamientos a centros sanitarios) o indirecta (mortalidad prematura o absentismo laboral) con la obesidad o el sobrepeso en España se elevan hasta 25.136 millones de euros, lo que supone un 2,1% del PIB y un gasto per cápita de 537 euros durante 2019. Además, este estudio estima que, de mantenerse la tendencia actual, en el año 2060 los gastos globales podrían llegar a duplicarse⁽¹⁶⁾.

2.2. PAPEL DE LA REFORMULACIÓN EN LA MEJORA DE LOS ENTORNOS ALIMENTARIOS

Entornos alimentarios y reformulación

Se consideran entornos alimentarios al conjunto de todos los tipos de alimentos que las personas tienen a su disposición y alcance en sus vidas⁽²⁸⁾. El entorno en el que las personas desarrollan sus comportamientos alimentarios y eligen sus alimentos influye de forma muy significativa en lo que comen y por tanto en su salud. Para transformar los entornos alimentarios, lograr una alimentación saludable y mejorar la nutrición de los ciudadanos el *World Cancer Research Fund International* ha descrito un paquete de políticas de salud pública⁽²⁹⁾ que se incluyen en los planes de acción de la Unión Europea⁽³⁰⁾ y de la Organización Mundial de la Salud⁽³¹⁾ para reducir la prevalencia de la obesidad y las enfermedades no transmisibles relacionadas con la dieta. Entre estas políticas se encuentra la reformulación de alimentos procesados que, por su composición y transformación, tienen margen para la reformulación de su composición, referida comúnmente como las estrategias destinadas a reducir el contenido en nutrientes asociados a las enfermedades crónicas no transmisibles en los alimentos procesados. Estos *nutrientes a limitar* incluyen la sal, los azúcares añadidos, las grasas saturadas y los ácidos grasos trans⁽³²⁾.

En el marco del presente documento las estrategias de reducción de azúcares se refieren a azúcares añadidos. Los alimentos y bebidas que pertenecen a algunos grupos de alimentos como los productos lácteos, néctares, pan especial y salsas como tomate frito y ketchup contienen tanto azúcares naturalmente presentes en el alimento como añadidos, siendo estos últimos sobre los que se ha trabajado en el *Plan de colaboración para la mejora de la composición de los alimentos y bebidas y otras medidas 2020* (en adelante PLAN).

Además, la reformulación es una de las medidas propuestas en la *Estrategia de la granja a la mesa* de la Comisión Europea para lograr un sistema alimentario justo, saludable y respetuoso con el medio ambiente⁽³³⁾ enmarcada dentro de las acciones para estimular prácticas sostenibles de transformación de alimentos, comercio mayorista y minorista, hostelería y servicios alimentarios.

Si se aplican correctamente, las estrategias de reformulación pueden suponer un beneficio para la salud pública, para la industria alimentaria, para los consumidores y para el medio ambiente. Es importante garantizar que estas iniciativas se enfoquen en el objetivo original de mejora de la composición nutricional global de los alimentos, y no sirvan para aplazar otras políticas más rigurosas⁽³⁴⁾, así como abordarlas como complemento a la promoción de una dieta

saludable basada en el consumo principal de alimentos frescos o poco transformados, y el menor impacto ambiental posible^(35,36). Por ello, el liderazgo de los gobiernos en las políticas de reformulación es fundamental para su implementación, seguimiento y evaluación.

Evidencia científica sobre el impacto de la reformulación

Es imprescindible una evaluación sólida de las actividades de reformulación para producir evidencia sobre la cual extraer conclusiones relevantes de estas políticas, que a su vez contribuyan a un diseño adecuado de las mismas. En una reciente revisión sistemática⁽³⁷⁾, en la que se evaluó el impacto de la reformulación en la elección de alimentos, ingesta de nutrientes y estado de salud, los autores concluyeron que las reducciones en el contenido de sodio o ácidos grasos trans a través de la reformulación dieron como resultado cambios en la ingesta de estos nutrientes y mejoraron los resultados en salud, al menos en el caso de los ácidos grasos trans.

Aunque la reformulación puede ser útil para cambiar el consumo de algunos nutrientes (incluidos los ácidos grasos trans, el sodio, los azúcares o la fibra alimentaria), no es suficiente por sí sola para hacer frente a la obesidad como problema global, especialmente en el caso de los niños. La reformulación es una medida complementaria a otras políticas o herramientas, como la aplicación de criterios nutricionales en comedores escolares y otras colectividades, el etiquetado frontal de los alimentos, la restricción de la publicidad dirigida a niños o las medidas fiscales, entre otras. Estas intervenciones, junto con las medidas educativas y las recomendaciones dietéticas basadas en alimentos, pueden compensar limitaciones de la reformulación como pueden ser la sustitución de unos nutrientes por otros sin mejorar la calidad nutricional del producto reformulado, las reducciones insignificantes de nutrientes seleccionados o la consideración por parte de los consumidores de que los productos reformulados son saludables. Además, iniciativas como las medidas fiscales o el etiquetado frontal suponen un estímulo para la reformulación por parte de las empresas de alimentación⁽²⁸⁾.

En un reciente estudio que evalúa la aplicación del *Plan de Acción Europeo sobre Alimentación y Nutrición de la OMS 2015-2020* entre los Estados miembros de la región europea de la OMS⁽³⁸⁾, se han identificado deficiencias y hacia donde deben dirigirse los esfuerzos de los gobiernos para mejorar el entorno alimentario y la nutrición de los ciudadanos.

En concreto, sobre las estrategias de reformulación se destacan como aspectos de mejora para una implementación más eficaz:



Acción conjunta Best-ReMaP

La Acción conjunta (Joint Action) a nivel de la Unión Europea Best-ReMaP (2020-2023) tiene como objetivo contribuir a garantizar una mejor calidad de los alimentos suministrados a los ciudadanos europeos facilitando el intercambio y la implementación de buenas prácticas.

Para lograr un mayor avance en la traducción del conocimiento científico e impulsar la toma de decisiones políticas y, conscientes de la necesidad de fomentar la colaboración entre las partes interesadas, la acción conjunta a nivel europeo Best ReMaP cuenta con el apoyo de proyectos como STOP (*Science and Technology in Childhood Obesity Policy*), financiado por la Comisión Europea como parte del programa *Horizon 2020* y liderado por el *Imperial College London*.

En este marco se han creado varios grupos de trabajo como el grupo de trabajo sobre reformulación y seguimiento de alimentos procesados (Working Package 5 Reformulation and processed food monitoring), que está llevando a cabo un estudio para recoger la información nutricional de productos comercializados en 19 países, centrándose en 5 grupos prioritarios: pan, derivados cárnicos, cereales de desayuno, bebidas refrescantes y productos lácteos. Estos 5 grupos de alimentos están incluidos en los acuerdos del PLAN.

En la conferencia organizada conjuntamente por STOP-*Best ReMaP* en noviembre de 2021⁽³⁹⁾ se destacó la importancia tener disponible un sistema de seguimiento de la información nutricional de los alimentos, no sólo para medir la calidad nutricional de la oferta alimentaria y seguirla en el tiempo, sino también para evaluar el impacto de las políticas nutricionales, incluidas las de reformulación. Actualmente pocos países realizan este seguimiento y además utilizan metodologías distintas por lo que la comparación entre países es muy difícil. En el marco del grupo de trabajo 5 sobre reformulación y seguimiento de alimentos procesados se está utilizando la metodología de Oqali⁽⁴⁰⁾ desarrollada en Francia en 2008 como una herramienta eficaz para realizar el seguimiento de la calidad nutricional de los alimentos y bebidas.

Además de los mencionados previamente, otros hallazgos relevantes a tener en cuenta en la implementación de políticas de reformulación son los siguientes⁽⁴¹⁾:

Las normas obligatorias son más eficaces que las acciones voluntarias

Los alimentos fuera del hogar son objetivos prometedores para las políticas de reformulación

Las estrategias multicomponentes que incluyen la reformulación de los alimentos son más prometedoras para mejorar la dieta de la población que la reformulación por sí sola

No resulta sin embargo sencillo extraer conclusiones claras sobre las mejores estrategias implantadas a nivel internacional, debido a la gran variabilidad existente en relación con:

- Su carácter voluntario u obligatorio.
- El alcance de las reducciones perseguidas.
- El establecimiento de objetivos para grupos concretos de alimentos.
- La determinación de plazos para alcanzar los objetivos.
- La existencia o no de controles por agencias independientes.

Estrategias de reformulación en Europa

Una revisión de las Estrategias de reformulación planeadas e implantadas en Europa (países de la UE, Suiza y Noruega)⁽⁴²⁾ pone de manifiesto que hasta enero de 2019 se habían definido estrategias de reformulación en 23 países, incluida España. La sal es el nutriente al que más se han enfocado estas estrategias, con iniciativas en 18 países, mientras que en 10 se han implementado acuerdos de reducción de azúcares y en 8 acuerdos de reducción del contenido en grasas.

La mayoría de las estrategias de reformulación se basan en acuerdos voluntarios entre los gobiernos y representantes de la industria alimentaria, variando el número de empresas participantes de un país a otro. Únicamente se han adoptado acuerdos obligatorios en relación con el contenido en sal en Bulgaria, Países bajos, Portugal y en 2019 (en vigor desde abril de 2022) en España mediante el Real Decreto 308/2019, de 26 de abril, por el que se aprueba la norma de calidad para el pan⁽⁴³⁾.

Por otro lado, muchas de las estrategias de reformulación plantean objetivos de reducción que deben alcanzarse de forma paulatina a lo largo de periodos anuales, generalmente entre 3 y 5 años, y frecuentemente los acuerdos se enfocan en la reducción de un nutriente en un grupo de alimentos concreto, priorizándose aquellos dirigidos al público infantil.

La magnitud de las reducciones planteadas en las diferentes estrategias de reformulación es también muy variable entre los distintos países (desde un 10% hasta un 30%), fijándose en ocasiones objetivos generales de reducción del contenido en sal, azúcares y grasa, sin establecer un valor concreto.

Con relación a la evaluación de las estrategias de reformulación, no se dispone de información de todos los países en los que se han implementado este tipo de estrategias.

En una segunda parte de esta revisión⁽⁴⁴⁾, se presentan los resultados de las estrategias implantadas en 8 países europeos (Italia, Países Bajos, Suiza, Reino Unido, Francia, Bélgica, Eslovenia e Irlanda). En esta revisión se destaca la dificultad para comparar la evaluación o impacto de los distintos enfoques adoptados debido a factores como las diferencias en el diseño de los acuerdos o el diferente grado de publicación de los resultados.

La mayoría de la información disponible sobre la evaluación de las estrategias de reformulación tienen que ver con las reducciones de sal a nivel de grupos de alimentos. Por ejemplo, en Irlanda se ha observado una reducción del 32% en el contenido en sal en el pan entre 2003 y 2015. Con relación a las reducciones del contenido en azúcares, los primeros datos de Italia, Países Bajos, Suiza y Reino Unido muestran una reducción moderada, no habiéndose alcanzado los objetivos en todos los grupos de alimentos, o que los nuevos lanzamientos de productos no se ajustan a los objetivos previamente marcados, lo que puede evitarse incluyendo este aspecto en los compromisos.

En el caso de Francia los resultados muestran que una mejor composición nutricional de los productos reformulados no se traduce necesariamente en una mejora de la ingesta real cuando existen productos alternativos no reformulados del mismo grupo de alimentos, lo que puede justificar la conveniencia de adoptar estrategias globales en las que participen todos los representantes de la industria.

Finalmente, los autores concluyen que las estrategias de reformulación deben ser lo más específicas posibles y concretar tanto como sea posible grupos de alimentos, nutrientes y alcance de la reducción. Se considera también conveniente analizar las posibles alternativas del nutriente seleccionado con el fin de conseguir una mejora de la calidad global del alimento y resulta imprescindible un seguimiento de la calidad nutricional de los productos y de su consumo, de modo que se puedan hacer los reajustes necesarios.

En esta publicación se infieren, asimismo, una serie de factores que pueden contribuir al éxito de las estrategias de reformulación:

- Formulación de objetivos específicos para grupos definidos de alimentos.
- Implementación paulatina durante un periodo de 3 a 5 años.
- Compromiso de las empresas para informar regularmente de los progresos realizados.
- Adaptación al contexto nacional de las políticas de reformulación propuestas por organismos internacionales.

2.3. ANTECEDENTES DE INICIATIVAS DE REFORMULACIÓN EN ESPAÑA

La reformulación o mejora de la composición de los alimentos es una medida de salud pública que se ha impulsado en España desde hace más de 15 años. La mayoría de las iniciativas desarrolladas han sido de carácter voluntario, centradas en un nutriente y en grupos específicos de alimentos y estableciendo un marco temporal para que las empresas comprometidas alcancen los objetivos planteados. Además, estos acuerdos entre la administración y el sector privado se han formalizado mediante la firma de los correspondientes convenios que incluían comisiones de seguimiento.

El nutriente sobre el que mayoritariamente se han enfocado las políticas de reformulación es la sal. La AESAN ha abordado la reducción del contenido en sal en grupos de alimentos prioritarios como el pan, los productos de carnicería y charcutería artesanales y los productos de aperitivo y patatas fritas mediante la firma de convenios con las asociaciones sectoriales en 2004, 2012 y 2015 respectivamente.

Además, la AESAN ha realizado estudios de composición nutricional de alimentos⁽⁴⁵⁻⁴⁹⁾, recogiendo tanto datos del etiquetado como determinaciones analíticas y encuestas de consumo de alimentos en la población española^(50,51) que han permitido establecer los distintos objetivos de reducción de nutrientes.

La reducción del contenido en sal del pan común ha sido un ejemplo de éxito de colaboración público-privada, alcanzando los objetivos planteados que se han mantenido en el tiempo y que ha culminado con el establecimiento de un contenido máximo de sal en pan común mediante el Real Decreto 308/2019, de 26 de abril, por el que se aprueba la norma de calidad para el pan⁽⁴³⁾, que establece un contenido máximo de sodio en el pan de 0,66 g por cada 100 g de producto.

Por otro lado el Reglamento (UE) 2019/649 establece un contenido máximo de grasas trans de 2 g por cada 100 g de grasa en los alimentos, siempre que no sean grasas trans presentes de forma natural en las grasas de origen animal⁽⁵²⁾.

2.4. PLAN DE COLABORACIÓN PARA LA MEJORA DE LA COMPOSICIÓN DE LOS ALIMENTOS Y BEBIDAS Y OTRAS MEDIDAS 2020

El *Plan de colaboración para la mejora de la composición de los alimentos y bebidas y otras medidas 2020*⁽⁵³⁾ de la AESAN responde a la llamada a la acción de los planes de acción de la Unión Europea⁽³⁰⁾ y la Organización Mundial de la Salud⁽³¹⁾, así como a las Conclusiones del Consejo Europeo de 2016, 2017 y 2018⁽⁵⁴⁻⁵⁶⁾.

En el diseño y desarrollo del PLAN se han abordado los aspectos de mejora mencionados previamente: incluye acuerdos voluntarios de reducción del contenido en nutrientes seleccionados⁽⁵⁷⁾ (azúcares, sal, grasa saturada y/o grasa total) en 57 subcategorías de alimentos y bebidas, con los sectores de fabricación y distribución, y acuerdos de mejora de la oferta alimentaria con los sectores de la alimentación fuera del hogar, como el de restauración social, restauración moderna y distribución automática (**ANEXOS 1 Y 2**).

Además, la AESAN ha llevado a cabo una evaluación intermedia⁽⁵⁸⁾ y la presente evaluación final del cumplimiento de los acuerdos, siguiendo una metodología preestablecida que incluye la creación de una base de datos de composición de alimentos de productos con marca con datos obtenidos de forma independiente por AESAN mediante un procedimiento específico de contratación pública⁽⁴⁰⁾.

Por otro lado, los acuerdos de reducción de nutrientes, considerados en el PLAN como **medidas** de reformulación **cuantitativas**, se acompañan de **medidas cualitativas** específicas para cada grupo o categoría de alimentos. Algunas de estas medidas cualitativas, como hacer extensibles los acuerdos a los nuevos lanzamientos, incrementar el uso de cereales integrales o reducir el tamaño de porción, contribuyen a ampliar el alcance de la estrategia de reformulación de alimentos, incorporando aspectos que refuerzan y complementan las medidas de reducción enfocadas en nutrientes seleccionados.

Puesto que los ciudadanos eligen los alimentos en función de diversos factores como el precio, la calidad, la afinidad a marcas, el tamaño de porción, la conveniencia, el sabor y la percepción

de alimento saludable y sostenible, es poco probable que las dietas se ajusten siempre a las recomendaciones nutricionales. Los resultados de la evaluación de estrategias de reformulación, en la medida en que consiguen una mejora global de la composición nutricional de los alimentos (reducción del contenido en nutrientes a limitar y otras mejoras complementarias como utilización de ingredientes que favorecen una dieta saludable o reducir el tamaño de porciones), apoyan el papel de la reformulación, junto con otras medidas de salud pública, en la transformación de los entornos alimentarios para facilitar a la población la elección de dietas más saludables.

2.5. ENFOQUE TRASVERSAL DE LOS ACUERDOS DEL PLAN

Con el objetivo de conseguir mejorar la calidad nutricional de la dieta de forma global, garantizando el acceso a más alimentos que faciliten una dieta saludable, y de que las iniciativas en reformulación pudieran llegar a todas las capas de la población y no sólo aquellas con mayor nivel de ingresos, se consideró necesario contar en el diseño y ejecución del PLAN con la colaboración y el compromiso de todos los sectores implicados, como son los de la fabricación y la distribución (comercio minorista), cuyo volumen de ventas o cuota de mercado es muy relevante en nuestro país, contando también con marcas propias que compiten con la fabricación en cuanto a la oferta de productos.

Todos los acuerdos incluidos en el PLAN tienen carácter sectorial, es decir todas las empresas que pertenecen a la asociación sectorial se comprometieron en el cumplimiento de los mismos compromisos. Adicionalmente, empresas no pertenecientes a las asociaciones sectoriales se sumaron al cumplimiento de los acuerdos, mediante la adhesión al convenio correspondiente a su sector.

El carácter transversal del PLAN se encuentra reforzado al no estar centrado en un único nutriente o categoría de productos, sino que abarca 4 nutrientes de interés en una gran variedad de productos, lo que supone un mayor alcance en la modificación del entorno alimentario. Además, las medidas cualitativas refuerzan los compromisos cuantitativos de reducción de nutrientes, persiguiendo una mejora global de la calidad nutricional de los productos.

Adicionalmente y debido a la cada vez mayor importancia del consumo de alimentos fuera del hogar, que en 2017 representó un gasto de 35.094,3 millones de euros según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ⁽⁵⁹⁾, además de los productos envasados elaborados por los sectores de fabricación y distribución, también fue necesario contar con los sectores de restauración social (principalmente colegios, empresas, centros de las administraciones públicas y centros con pensión completa), restauración moderna (establecimientos con y sin servicio en mesa o servicio en ruta) y distribución automática (*vending*). De este modo, cerrando el círculo de todas las vías de oferta de alimentos y bebidas, la ciudadanía tiene la posibilidad de elegir alimentos con una mejor composición, tanto en el ámbito domiciliario como fuera de él, encontrando así respuesta a la demanda de un entorno alimentario más saludable.

En total los 5 sectores se comprometieron con 180 medidas (número inicial de compromisos en el PLAN). La siguiente tabla muestra cómo se distribuyen las medidas entre cuantitativas y cualitativas en cada uno de los sectores. Para facilitar la recogida de datos, su análisis y la eva-

luación del grado de cumplimiento, algunas de estas medidas se han desglosado con respecto a cómo se incluyeron inicialmente en el PLAN. Debido a este desglose, el número final de medidas evaluadas (195) es ligeramente superior al inicialmente establecido (180).

MEDIDAS EVALUADAS

TIPO DE MEDIDAS Y SECTORES		Nº INICIAL DE COMPROMISOS EN EL PLAN	Nº FINAL DE MEDIDAS EN LA EVALUACIÓN DEL PLAN	COMENTARIOS
	Generales	4	4	-
FABRICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN	Cuantitativas	75	77	Las 2 medias iniciales de contenido en sal y en grasa total en chorizo/salchichón se han desglosado por cada subcategoría por separado
FABRICACIÓN	Cualitativas	41	42	Desglosada una medida del sector de cárnicos en dos
DISTRIBUCIÓN	Cualitativas	4	4	-
RESTAURACIÓN SOCIAL	Cuantitativas	19	24	Para 4 medidas que aplicaba a 2 tipos de centros se han desglosado. También se ha desglosado una medida que aplicaba a galletas y biscotes
	Cualitativas	5	7	2 medidas que aplicaban a 2 tipos de establecimientos se han desglosado
RESTAURACIÓN MODERNA	Cuantitativas	3	3	-
	Cualitativas	21	26	2 medidas que aplicaban a 2 tipos de establecimientos se han desglosado y una medida se ha separado en dos
DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA	Cuantitativas	5	5	-
	Cualitativas	3	3	-
TOTAL		180	195	-

2.5.1. Acuerdos con los sectores de la fabricación y la distribución

Los acuerdos con los sectores de fabricación y distribución incluyen medidas generales, medidas cuantitativas de reducción de nutrientes seleccionados (azúcares, grasa total, grasa saturada y sal), medidas cualitativas específicas para cada grupo de alimentos del sector de fabricación y medidas cualitativas específicas del sector de distribución (**ANEXO 1**).

2.5.1.1. Medidas generales

Todas las empresas de los sectores de fabricación y distribución que han participado en el PLAN se comprometieron con 4 medidas generales

- 1) Deben mantenerse los límites bajos o la ausencia de ácidos grasos trans.
- 2) Las reducciones y medidas acordadas deben ser alcanzables en los años y en los productos pactados. Las empresas y sectores que se comprometan deben hacerlo con dichos objetivos.
- 3) Si se hacen reducciones adicionales en los mismos productos y/o en otros, que aportarían también beneficios en salud, estarán enmarcadas en límites tecnológicos, de seguridad alimentaria, de aceptación y de legislación.
- 4) En el caso de lanzamiento de nuevos productos de las subcategorías adheridas al PLAN, estos deberían estar alineados con las reducciones de los contenidos de sal, grasas y azúcares.

2.5.1.2. Medidas cuantitativas

Las medidas cuantitativas se refieren a acuerdos de reducción del contenido en nutrientes seleccionados en 57 subcategorías de alimentos y bebidas, que pertenecen a 13 grupos de alimentos y bebidas (**ANEXO 2**).

En total se acordaron 77 medidas cuantitativas a las que se han comprometido las empresas de fabricación y distribución.

De las 57 subcategorías de alimentos y bebidas, 43 se han comprometido a reducir el contenido en azúcares, 21 el de sal, 4 el de grasa total y 9 el de grasa saturada. En algunas subcategorías las empresas se han comprometido a reducir el contenido en más de un nutriente seleccionado.

Para cada grupo de alimentos y bebidas, las medidas cuantitativas acordadas fueron las siguientes: 5 para aperitivos salados, 1 para bebidas refrescantes, 11 para bollería y pastelería, 1 para cereales de desayuno, 1 para cremas de verduras, 16 para productos cárnicos, 4 para galletas, 1 para helados, 3 para néctares de frutas, 4 para pan especial, 9 para platos preparados, 13 para productos lácteos y 8 para salsas.

PLAN DE COLABORACIÓN PARA LA MEJORA DE LA COMPOSICIÓN DE LOS ALIMENTOS Y BEBIDAS Y OTRAS MEDIDAS 2017-2020

Trabajando juntos para una alimentación más equilibrada y saludable

MÁS DE **3.500 PRODUCTOS**
QUE REPRESENTAN EL **44,5%**
DE LA ENERGÍA DIARIA

13 GRUPOS DE ALIMENTOS
57 SUBCATEGORÍAS
180 COMPROMISOS



¿Qué nutrientes se reducen?



**AZÚCARES
AÑADIDOS**



**GRASAS
SATURADAS**



SAL

DERIVADOS CÁRNICOS

-10% AZÚCARES AÑADIDOS
-5% GRASAS SATURADAS
HASTA -16% SAL

- Chorizo vela extra
- Jamón cocido extra
- Longaniza fresca
- Pechuga de pavo
- Salchichas/mortadela
- Salchichón vela extra

NÉCTARES DE FRUTAS

-10% AZÚCARES AÑADIDOS

- Néctar de melocotón sin edulcorantes
- Néctar de naranja sin edulcorantes
- Néctar de piña sin edulcorantes

BOLLERÍA Y PASTELERÍA

-5% AZÚCARES AÑADIDOS
-5% GRASAS SATURADAS

- Bollos con pepitas de chocolate
- Bollos rellenos sin cobertura
- Bollos sin relleno
- Croissants
- Magdalenas
- Pastelitos rellenos con cobertura
- Pastelitos rellenos sin cobertura
- Rosquillas con cobertura
- Rosquillas sin cobertura

PLATOS PREPARADOS

-10% SAL
-10% GRASAS SATURADAS

- Anillas
- Anillas reestructuradas
- Croquetas
- Canelones/lasañas
- Empanadillas
- Nuggets
- Productos de surimi (sucédáneo de angula)
- Productos de surimi (sucédáneo de cangrejo)

PAN ESPECIAL ENVASADO

-5% AZÚCARES AÑADIDOS

- Pan de molde blanco
- Pan de molde integral
- Pan tostado
- Pan tostado integral

CEREALES DESAYUNO INFANTIL

-10% AZÚCARES AÑADIDOS

- Cereales de desayuno infantil chocolateados

APERITIVOS SALADOS

HASTA -13,8% SAL
-10% GRASAS SATURADAS

- Palomitas de microondas
- Patatas fritas
- Productos de aperitivo
- Productos de aperitivo frito

PRODUCTOS LÁCTEOS

-10% AZÚCARES AÑADIDOS

- Arroz con leche
- Batidos
- Flan de huevo
- Flan de vainilla
- Queso fresco semidesnatado con fruta tipo petit (fresa-plátano)
- Leche fermentada líquida semidesnatada individual
- Natillas de vainilla
- Yogur con frutas
- Yogur de sabores
- Yogur griego con frutas
- Yogur griego natural azucarado
- Yogur líquido
- Yogur natural azucarado

BEBIDAS REFRESCANTES

-10% AZÚCARES AÑADIDOS

- Bebidas refrescantes de lima-limón sin edulcorante

CREMAS

-6,7% SAL

- Crema de verduras

SALSAS

HASTA -18% AZÚCARES AÑADIDOS
HASTA -16% SAL

- Kétchup
- Mayonesa
- Salsa fina
- Tomate frito receta básica

GALLETAS

-5% AZÚCARES AÑADIDOS
-5% GRASAS SATURADAS

- Galletas de desayuno familiar e infantil
- Galletas rellenas

HELADOS

-5% AZÚCARES AÑADIDOS

- Helados infantiles base agua

REDUCCIONES EN BASE AL CONTENIDO MEDIANO (DATOS 2016) / OTRAS MEDIDAS EN WWW.AECOSAN.MSSI.GOB.ES

2.5.1.3. Medidas cualitativas específicas del sector de fabricación

Las medidas cualitativas a las que se han comprometido las empresas del sector de fabricación son específicas dependiendo del grupo de alimentos y bebidas. En total se acordaron 42 medidas cualitativas que se distribuyen de la siguiente forma:

MEDIDAS CUALITATIVAS	
1 para aperitivos salados	4 para galletas
15 para bebidas refrescantes	4 para helados
5 para bollería y pastelería	3 para néctares de fruta
1 para cereales de desayuno	5 para pan especial
2 para derivados cárnicos	2 para productos lácteos

2.5.1.4. Medidas cualitativas específicas del sector de distribución

Las empresas del sector de la distribución se han comprometido con 4 medidas específicas de su sector.

2.5.2. Acuerdos con los sectores de la alimentación fuera del hogar (restauración social, restauración moderna y distribución automática)

Las empresas de los sectores de la alimentación fuera del hogar se han comprometido con medidas cuantitativas y cualitativas, teniendo en cuenta las particularidades específicas de cada sector.

2.5.2.1. Medidas con el sector de restauración social

En total las empresas del sector de la restauración social se han comprometido con 19 medidas cuantitativas y 5 medidas cualitativas. Teniendo en cuenta la heterogeneidad de los centros a los que las empresas de restauración social prestan sus servicios, las medidas se establecieron en función de 3 tipologías de centro, aunque algunas medidas son las mismas para más de un tipo de centro. Por otro lado, hay empresas que prestan servicio en más de un tipo de centro por lo que han asumido los compromisos de ambos tipos de centro.

- Las empresas que prestan servicio de restauración en **colegios** se han comprometido con 4 medidas cuantitativas y 4 medidas cualitativas.
- Las empresas que prestan servicio de restauración en **empresas/cafetería de hospitales/fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado/centros de administraciones públicas** se han comprometido con 9 medidas cuantitativas y 3 medidas cualitativas.

- Las empresas que prestan servicio de restauración en **centros de pensión completa-7 días** (excepto sector sociosanitario) se han comprometido con 10 medidas cuantitativas y 3 medidas cualitativas.

2.5.2.2. Medidas con el sector de restauración moderna

En total las empresas del sector de la restauración moderna se han comprometido con 3 medidas cuantitativas y 22 medidas cualitativas (11 de las cuales tienen carácter opcional).

Las empresas de restauración moderna disponen de establecimientos muy diferentes entre otros aspectos en cuanto al servicio que ofrecen, por lo que las medidas se establecieron en función de 3 tipos de establecimientos. Varias medidas aplican a distintos tipos de establecimientos. Además, algunas empresas disponen de establecimientos de más de un tipo por lo que asumen los compromisos de los distintos tipos de establecimientos.

- Las empresas con establecimientos con **servicio en mesa** (*casual dining, fine dining* o comida informal) se comprometieron con 3 medidas cuantitativas y 6 medidas cualitativas.
- Las empresas con establecimientos **sin servicio en mesa** (*fast food y casual food* o comida rápida) se comprometieron con 2 medidas cuantitativas y 5 medidas cualitativas.
- Las empresas con establecimientos **con servicio en ruta** (recintos aeroportuarios, ferroviarios, estaciones de autobuses, áreas de servicio en autopistas y autovías y concesiones) se comprometieron con 2 medidas cuantitativas y 4 medidas cualitativas.

Para las empresas de los tres tipos de establecimientos se establecieron 11 medidas cualitativas de carácter opcional.

2.5.2.3. Medidas con el sector de distribución automática

Las empresas del sector de la distribución automática se han comprometido con 5 medidas cuantitativas y 3 medidas cualitativas.

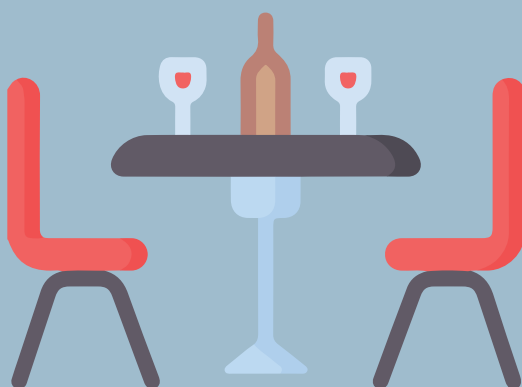
De las 5 medidas cuantitativas 1 era aplicable sólo a máquinas de bebidas calientes, 4 a máquinas de bebidas frías y 4 a máquinas de *snacks*. Por lo tanto, 2 medidas aplican tanto a máquinas de bebidas frías como a máquinas de *snacks*. La mayoría de las empresas del sector de la distribución moderna disponen de máquinas de bebidas calientes, máquinas de bebidas frías y máquinas de *snacks*.

Además, con relación a las máquinas de bebidas calientes algunas empresas han aportado datos cuantitativos relacionados con otra medida para la cual no se acordó inicialmente un objetivo pero que se han analizado y cuyos resultados se incorporan en el presente informe.

RESTAURACIÓN SOCIAL ➡

ENTORNOS

- Colegios
- Empresas, cafeterías de hospitales, fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado, centros de administraciones públicas
- Centros de pensión completa 7 días (excepto sector sociosanitario)



COMPROMISOS

- Aumento de la oferta de:
 - Primeros platos a base de hortalizas (incluidas verduras)
 - Segundos platos a base de carnes magras y pescado y con guarniciones de hortalizas, verduras y/o legumbre
 - Productos alimenticios cocinados con plancha, cocción y horno, sin añadir sofritos o salsas elaborada
 - Pan integral
 - Fruta fresca de temporada como opción de postre
 - Yogur natural no azucarado frente al uso de otros productos lácteos
 - Biscotes o pan sin sal y galletas sin azúcares añadidos
- Disminución de la oferta de platos precocinados fritos tanto platos principales como en acompañamiento
- Promocionar con mensajes saludables durante los meses de actividad del centro
- Fomentar el empleo de aceite de oliva como mejor opción para los aliños

RESTAURACIÓN MODERNA ➡



ESTABLECIMIENTOS

- Con servicio de mesa
- Sin servicio de mesa
- En ruta

COMPROMISOS

- Reducción del contenido de azúcar en sobres monodosis
- Reducción del contenido de sal en sobres monodosis
- Aumento de los desayunos y cafés en los que se utiliza leche baja en grasa y desnatada en establecimientos con servicio de mesa

DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA ➡

COMPROMISOS

- Reducción de la dosis máxima de azúcar añadido en máquinas de bebidas calientes
- Aumento de alimentos equilibrados que favorezcan una dieta saludable del total de productos incluidos en la máquina
- Aumento de agua y bebidas refrescantes sin azúcares añadidos en máquinas de bebidas frías del total de la oferta de bebidas incluida en la máquina



2.6. SEGUIMIENTO DEL PLAN

Cada uno de los convenios por los que se formalizan los acuerdos del PLAN, estableció la creación de una Comisión de Seguimiento formada por representantes de la AESAN y de las asociaciones sectoriales, para velar por el cumplimiento de los compromisos establecidos y la resolución de cuestiones interpretativas que pudieran surgir durante su aplicación. La AESAN mantuvo una reunión con cada una de las asociaciones para crear las correspondientes Comisiones de Seguimiento.

Además de las reuniones de las Comisiones de Seguimiento, la AESAN ha mantenido reuniones de trabajo para discutir y aclarar dudas técnicas y conceptuales sobre los acuerdos establecidos en el PLAN, como la celebrada el 6 de noviembre de 2019 con las asociaciones y empresas del sector de bollería y pastelería y la celebrada el 11 de octubre de 2019 con la asociación de restauración social. Asimismo, la AESAN ha aclarado las dudas puntuales que han ido surgiendo a las empresas a la hora de alcanzar los objetivos y que han sido canalizadas a través de las asociaciones sectoriales.

Se recoge en la siguiente tabla la información sobre las reuniones celebradas con las Comisiones de Seguimiento del PLAN:

REUNIONES CON LAS COMISIONES				
OBJETO DE LA REUNIÓN	PRESENTACIÓN DE LA EVALUACIÓN INTERMEDIA	COMISIONES DE SEGUIMIENTO DE EVALUACIÓN INTERMEDIA	PRESENTACIÓN DE LA EVALUACIÓN FINAL	COMISIONES DE SEGUIMIENTO DE EVALUACIÓN FINAL
FABRICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN		18/06/2020		10/02/2022
		25/06/2020		18/02/2022
		27/05/2020		15/02/2022
		18/06/2020		17/02/2022
		03/06/2020		16/02/2022
		19/05/2020		22/02/2022
	19/05/2020	26/05/2020	15/12/2020	15/02/2022
		10/06/2020		09/02/2022
		25/06/2020		11/02/2022
		26/05/2020		15/02/2022
		03/06/2020		07/02/2022
		11/06/2020		23/02/2022
		03/06/2020		08/02/2022
DISTRIBUCIÓN	19/05/2020	-	15/12/2020	16/02/2022
RESTAURACIÓN SOCIAL	-	-	-	18/03/2022
RESTAURACIÓN MODERNA	-	-	08/09/2020	14/03/2022
DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA (VENDING)	-	-	15/10/2020	11/03/2022



3

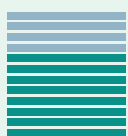
OBJETIVOS

Los objetivos de la evaluación final del PLAN son:



1

Determinar el cumplimiento de los acuerdos de reducción de los nutrientes seleccionados (azúcares, sal, grasa total y grasa saturada) en las subcategorías de alimentos incluidas en los acuerdos.



2

Determinar el cumplimiento de los acuerdos cualitativos con los sectores de la fabricación y la distribución.



3

Determinar el cumplimiento de los acuerdos cuantitativos y cualitativos establecidos con los sectores de restauración social, la restauración moderna y la distribución automática.





4

METODOLOGÍA

4.1. EVALUACIÓN DE MEDIDAS CUANTITATIVAS DE LOS SECTORES DE FABRICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN. ESTUDIO DE COMPOSICIÓN DE LOS ALIMENTOS Y BEBIDAS 2021

La evaluación del cumplimiento de las medidas cuantitativas en los sectores de la fabricación y distribución se ha realizado mediante la recogida de los datos de la composición nutricional, tanto del etiquetado nutricional como a partir de determinaciones analíticas, de una muestra de alimentos y bebidas. Para más información sobre este proceso se puede consultar el **Informe preliminar de la Evaluación final del cumplimiento de los acuerdos del Plan de colaboración para la mejora de la composición de los alimentos y bebidas y otras medidas 2020**.

4.1.1. Selección y obtención de la muestra del estudio de composición de alimentos y bebidas 2021

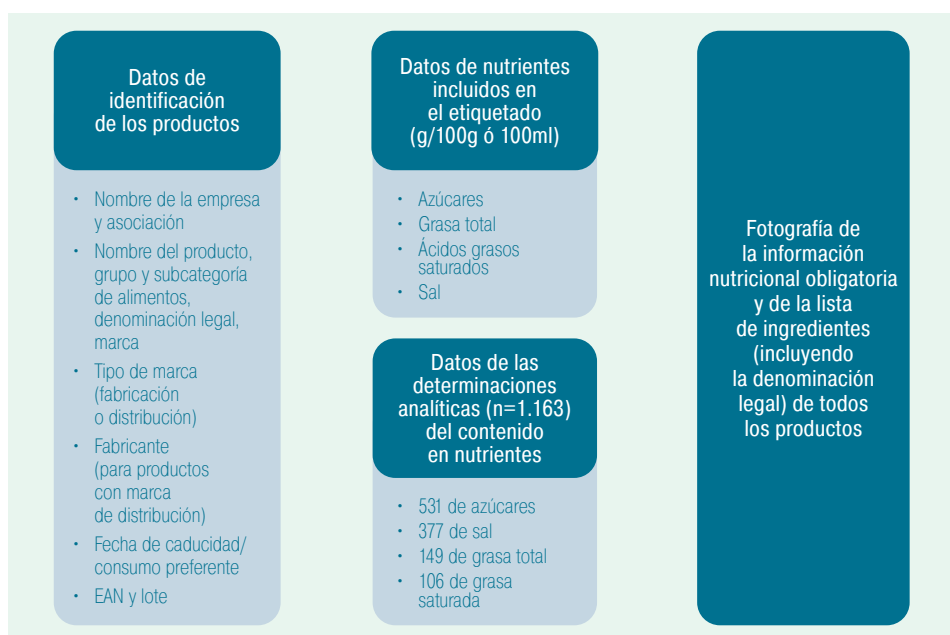
La muestra inicial para evaluar el cumplimiento de las medidas cuantitativas (**ANEXO 1**) se determinó a partir de un listado de productos facilitado por las empresas de fabricación y distribución firmantes de los convenios.

La AESAN realizó una depuración de ese listado inicial, para excluir aquellos productos que no cumplieran los requisitos de inclusión en el PLAN (por ejemplo, por no pertenecer a ninguna de las subcategorías definidas en el PLAN para las cuales se había establecido una medida cuantitativa de reducción), agrupar distintos formatos del mismo producto y suprimir productos repetidos.

El listado final de productos que cumplieran los criterios de inclusión para el estudio alcanzó la cifra de 3.084 productos de 13 categorías y 57 subcategorías de alimentos y bebidas (**ANEXO 2**), para las que había un acuerdo de reducción de azúcares, sal, grasa total y/o grasa saturada.

4.1.2. Recogida de datos

El proceso de recogida de datos se inició por la empresa adjudicataria (AQUIMISA S.L.U) con la compra de los productos seleccionados entre junio y octubre de 2021. Para cada uno de los productos, se recogió la siguiente información en un archivo Excel:



- 1) Datos de **identificación**: Nombre de la empresa y asociación a la que pertenece, nombre del producto, grupo y subcategoría de alimentos, denominación legal, marca, tipo de marca (fabricación o distribución), fabricante (para productos con marca de distribución en el caso de que se disponga de esta información), fecha de caducidad/consumo preferente, EAN (*European Article Number*) y lote.
- 2) Datos incluidos en la **información nutricional obligatoria** del etiquetado con relación a los nutrientes incluidos en los acuerdos del PLAN: azúcares (g/100 g o 100 ml), grasa total (g/100 g o 100 ml) y/o ácidos grasos saturados (g/100 g o 100 ml) y sal (g/100 g o 100 ml).
- 3) Datos de las **determinaciones analíticas** del contenido en azúcares, grasa total, grasa saturada y/o sal, según métodos estándar para productos alimentarios, en aquellos productos previamente determinados por la AESAN. En total se han realizado 1.163 determinaciones analíticas: 531 de contenido en azúcares; 377 de contenido en sal; 149 de grasa total y 106 de grasa saturada.
- 4) **Fotografía** de la información nutricional obligatoria y de la lista de ingredientes (incluyendo la denominación legal) de todos los productos.

4.1.3. Tratamiento informático y depuración de los datos

La base de datos resultante en formato Excel fue revisada y depurada tanto por la empresa adjudicataria como por el equipo técnico de AESAN hasta consolidar los datos validados para su análisis.

4.1.4. Análisis estadístico

Sobre la base de datos revisada y depurada se realizaron los siguientes análisis estadísticos con el paquete estadístico Stata v.16, obteniendo los resultados que se especifican a continuación.

Para cada subcategoría de alimentos y/o bebidas incluidas en el PLAN:

- 1) Se calculó número de productos, contenido mínimo, percentil 25, mediana (percentil 50), percentil 75 y contenido máximo de aquellos nutrientes con un acuerdo de reducción (azúcares/sal/grasa saturada/grasa total), utilizando tanto el dato de etiquetado como el de la determinación analítica para aquellos productos en los que estaba disponible.
 - A nivel de subcategorías, se realizó el cálculo de la diferencia entre las medianas de contenido en azúcares, sal, grasa saturada y grasa total, declaradas en el etiquetado y las determinadas mediante analítica en 2021, tanto a nivel absoluto (dato de etiquetado-dato de analítica) como relativo $(((\text{dato de etiquetado} - \text{dato de analítica}) / \text{dato de etiquetado}) \times 100)$. Las diferencias eran inferiores al 10% en todas las subcategorías excepto en 2 (nuggets (grasa saturada) y salsa fina (azúcares)), resultado que permite establecer la validez del uso de los declarados en la etiqueta para la evaluación de los compromisos del PLAN.
 - En el cálculo de tolerancias (**ANEXO 3**) de los productos con analítica, comparando el dato de etiquetado con el dato de analítica producto a producto, el porcentaje de pro-

ductos que excedían el rango establecido en la guía de la Comisión Europea ⁽⁶⁰⁾, fue en conjunto del 3,7%, considerándose que su cumplimiento es alto.

- 2) Se comparó el contenido mediano, según etiquetado, en 2021 con el contenido mediano basal en 2016 para evaluar si se había producido alguna reducción, y con el objetivo acordado para el 2020 para ver si esta reducción había logrado alcanzar el objetivo.
- 3) Se calculó el porcentaje de productos cuyo contenido del nutriente de interés según etiquetado en 2021 estaba por encima del objetivo 2020.
- 4) Se elaboró un gráfico de cajas y bigotes (*box plot*) del dato de etiquetado de aquellos nutrientes con un acuerdo de reducción (azúcares/sal/grasa saturada/grasa total), representando además mediante una línea roja el objetivo 2020.
- 5) Para cada categoría se elaboró un gráfico de violín (*violin plot*) del dato de etiquetado de aquellos nutrientes con un acuerdo de reducción (azúcares/sal/grasa saturada/grasa total) por subcategoría.

4.2. EVALUACIÓN DE MEDIDAS CUALITATIVAS DE LOS SECTORES DE FABRICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN Y MEDIDAS CUANTITATIVAS Y CUALITATIVAS DE LOS SECTORES DE ALIMENTACIÓN FUERA DEL HOGAR-RESTAURACIÓN SOCIAL, RESTAURACIÓN MODERNA Y DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA. CUESTIONARIOS

La evaluación del cumplimiento de las medidas cualitativas de los sectores de la fabricación y distribución y de las medidas cuantitativas y cualitativas de los sectores de alimentación fuera del hogar –restauración social, restauración moderna y distribución automática– se ha realizado mediante el análisis de las respuestas autodeclaradas en los cuestionarios diseñados por la AESAN, validados con las asociaciones y cumplimentados por las empresas asociadas, que han indicado expresamente la conformidad con la veracidad de los datos (ANEXO 4). Para más información sobre este proceso se puede consultar el Informe preliminar de la Evaluación final del cumplimiento de los acuerdos del **Plan de colaboración para la mejora de la composición de los alimentos y bebidas y otras medidas 2020**.

Previo al análisis, se han realizado comprobaciones y depuración en los datos facilitados para garantizar que sean lo más precisos posible, solicitando a las asociaciones aclaraciones sobre la información aportada cuando ha sido necesario.

4.2.1. Diseño de los cuestionarios

Desde la AESAN se diseñaron los cuestionarios para recoger la información de forma organizada y estandarizada.

Para ello, se tuvo en cuenta la sencillez y homogeneidad a la hora de completarlos y la factibilidad de analizar e interpretar las respuestas; es decir el objetivo era obtener respuestas fiables, válidas y susceptibles de ser cuantificadas.

Las cuestiones planteadas son los enunciados de los propios compromisos o medidas en los mismos términos que estaban recogidos en los indicadores acordados. Para las posibles respuestas se restringió la selección a una de las opciones de un desplegable con respecto a la situación de cada empresa en cuanto al cumplimiento del compromiso: *SÍ*, *NO*, *NO APLICABLE* o *EN PROCESO*. Además, se dejó un campo libre para incluir comentarios y comprobar la concordancia con la opción seleccionada.

En todos los cuestionarios se añadió una casilla relativa a la conformidad de la veracidad de los datos que debía ser cumplimentada por cada empresa.

Estos cuestionarios fueron compartidos con cada asociación sectorial, que los distribuyeron entre sus asociados, para ser completados y devueltos a la asociación sectorial quien los remitió a la AESAN para su revisión y análisis.

4.2.2. Recogida de las respuestas

Para cada sector se creó una base de datos en formato Excel con todas las respuestas completadas por las empresas y recibidas a través de la asociación.

Durante el período de cumplimentación, que finalizó en mayo de 2021, la AESAN contestó a todas las consultas que plantearon las asociaciones sectoriales para clarificar las dudas que, a su vez le habían transmitido las empresas asociadas respecto a la cumplimentación de los cuestionarios.

Una vez entregados los cuestionarios cumplimentados, la AESAN realizó una revisión inicial identificando empresas que no habían enviado cuestionarios completados, cuestiones sin contestar y falta de coherencia entre la opción seleccionada del desplegable y los comentarios incluidos por las empresas. Estas deficiencias se comentaron con las asociaciones quienes solicitaron a las empresas implicadas la actualización de los cuestionarios.

4.2.3. Tratamiento informático, depuración y codificación de los datos

Una vez recogidos los cuestionarios se realizó una validación inicial para identificar datos que faltaban o claramente erróneos, solicitando a las empresas esa información, a través de las correspondientes asociaciones. Sobre las versiones de los cuestionarios ya consolidadas se realizó un análisis inicial identificando datos inconsistentes y solicitando una revisión específica a las empresas responsables a través de su correspondiente asociación sectorial. En caso de no obtener respuesta, el dato inconsistente fue excluido del análisis.

Respecto a la codificación, las reglas aplicadas para poder realizar un análisis homogéneo fueron las siguientes:

RESTAURACIÓN SOCIAL Y RESTAURACIÓN MODERNA	
DATO INICIAL	CODIFICACIÓN
Rango (x-y)	Media aritmética $(x+y)/2$
$>n$	Valor absoluto (n)
$<n$	$n/2$
2 valores distintos, en distinto número de centros	Se consideran ambos, ponderando por el número de centros que corresponde a cada uno
Dato de una semana de 7 días	Regla de 3 para codificarlo como semana de 5 días
n veces/mes	% mes: considerar cada mes tiene 40 platos ($10 \cdot n/4$)
n veces/semana	$n \times 4$ veces al mes
Veces/mes	$N^\circ \text{ veces mes}/4 = \text{veces semana}$
Diario	5 veces / semana
2 opciones de menú	Dividido por dos
3 opciones de menú	Dividido por tres

El dato reportado por cada empresa con relación a una medida cuantitativa se multiplicó por un factor de ponderación (número de centros o establecimientos en los que medida era aplicable) que se utilizó para calcular la media ponderada.

Distribución automática

Teniendo en cuenta la heterogeneidad en cuanto al volumen de máquinas de cada una de las empresas adheridas al convenio, se solicitó que proporcionaran información sobre el número de máquinas del que disponía cada una. Dada la dificultad manifestada por la asociación sectorial para obtener un dato concreto se establecieron rangos de número de máquinas, entre los cuales las empresas seleccionaron el que más se ajusta a su situación empresarial y que se recogen a continuación:

RANGO NÚMERO DE MÁQUINAS	
Menos de 200	De 2.501 a 3.000
Entre 200-500	De 3.001 a 4.000
De 501 a 800	De 4.001 a 5.000
De 801 a 1.000	De 5.001 a 10.000
De 1.001 a 1.300	De 10.001 a 15.000
De 1.301 a 1.600	De 15.001 a 20.000
De 1.601 a 2.000	Más de 20.000
De 2.001 a 2.500	

El dato reportado por cada empresa con relación a una medida cuantitativa se multiplicó por un factor de ponderación (media del rango de número de máquinas) que se utilizó para calcular la media ponderada.

4.2.4. Análisis estadístico

Sobre la base de datos revisada y depurada se realizaron los siguientes análisis estadísticos con Excel 2016, obteniendo los resultados que se especifican a continuación.

En la interpretación de los resultados además del dato numérico o las respuestas codificadas, se tuvieron en cuenta los comentarios incluidos por las empresas y cuando fue necesario se solicitaron aclaraciones para asegurar la validez de las respuestas.

- 1)** Para los compromisos cuantitativos:
 - a)** Se calculó el número de centros/establecimientos/máquinas evaluados, la media ponderada por número de centros/establecimientos/máquinas alcanzada en 2021, valor mínimo y máximo.
 - b)** Se comparó la media ponderada por número de centros/establecimientos/máquinas alcanzada en 2021, con el valor basal en 2016 para evaluar si se había producido alguna modificación, y con el objetivo acordado para el 2020 para ver si esta modificación había logrado alcanzar el objetivo.
 - c)** Se calculó el porcentaje de centros/establecimientos/máquinas cuyo valor en 2021 estaba por encima del objetivo 2020 y el porcentaje de reducción o aumento relativos en 2021 respecto a 2016.
- 2)** Para los compromisos cualitativos se contabilizó el número de respuestas en cada opción del desplegable (dato absoluto y en porcentaje).





5

EVALUACIÓN DE RESULTADOS

La evaluación del PLAN ha implicado a un total de 309 empresas (**ANEXO 5**) de los sectores de fabricación, distribución, restauración social, restauración moderna y distribución automática, distribuidos como se recoge en la siguiente tabla. Se han evaluado 195 compromisos relativos a 13 categorías y 57 subcategorías de alimentos en 3.084 productos, 11.037 centros y establecimientos de restauración colectiva y la oferta de 53 empresas de venta automática, en todo el territorio nacional.

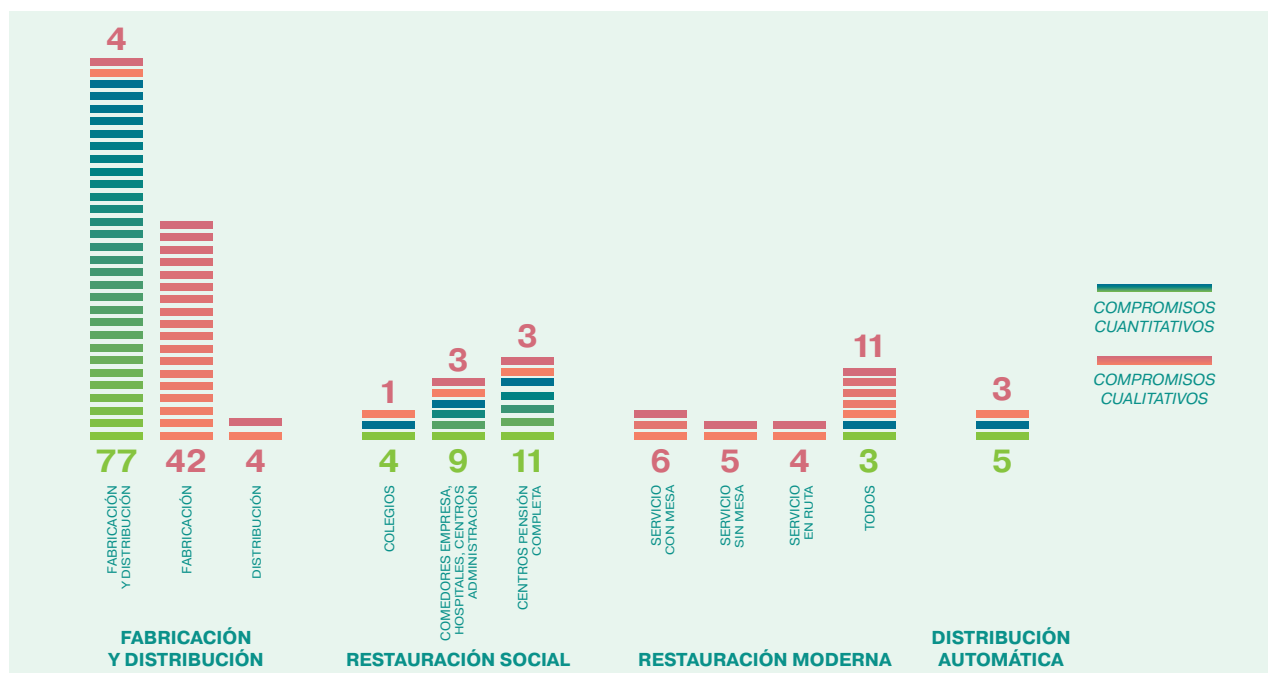
EVALUACIÓN DEL PLAN	
SECTORES	ALCANCE DEL PLAN
Fabricación y distribución	177 empresas fabricación 14 empresas distribución 13 categorías 57 subcategorías 3.084 productos
Restauración Social Colegios Comedores: Empresas, Hospitales, Centros Administración pública, etc. Centros pensión completa	41 empresas 6.839 centros
Restauración Moderna Servicio con mesa Servicio sin mesa Servicio en ruta	24 empresas 4.198 establecimientos
Distribución automática (Máquinas de vending) Máquinas calientes Máquinas frías Máquinas de Snacks	53 empresas

(*) Otras 40 empresas que no se habían adherido inicialmente a los compromisos aportaron cuestionarios de evaluación de los compromisos cualitativos

En total se establecieron 180 compromisos o medidas, que se evalúan mediante los 195 indicadores que se presentan en este documento, ya que, como se ha indicado previamente, algunos compromisos incorporaban varios aspectos que se han desglosado para obtener el indicador adecuado. Los sectores con mayor número de compromisos son los de fabricación y distribución (127 compromisos), seguido de restauración social (31 compromisos), restauración moderna (29) y distribución automática (8). Las medidas comprometidas en cada sector se distribuyen como se muestra a continuación:



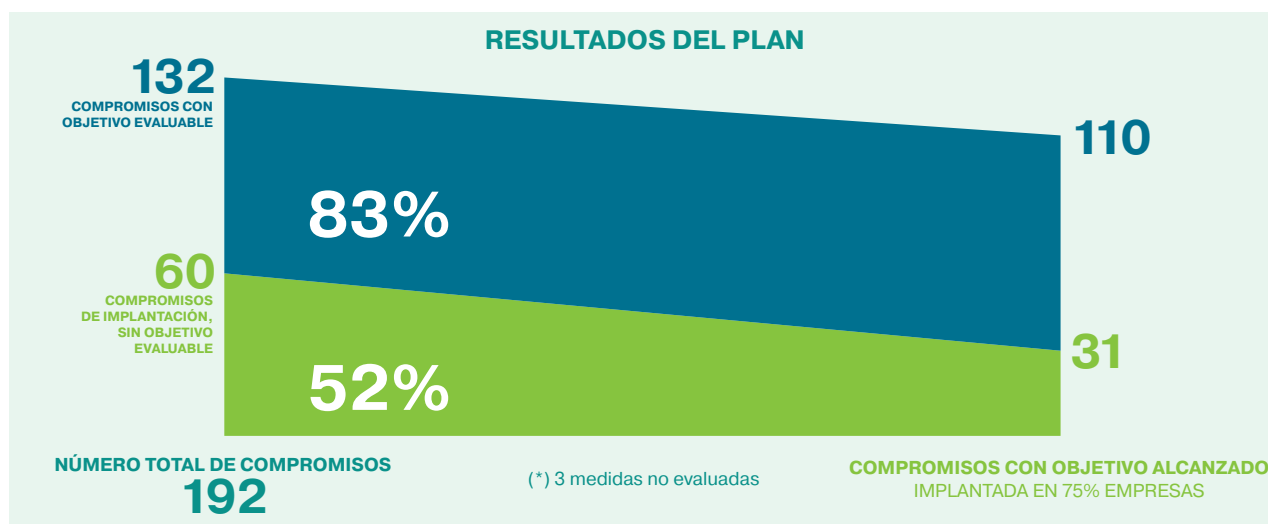
Los 195 compromisos se distribuyen por sectores como refleja el siguiente gráfico:



De las 195 medidas, en 132 se estableció un objetivo con una meta de cumplimiento, y la evaluación ha permitido determinar si el objetivo ha sido alcanzado o no; en 60 medidas no se estableció objetivo y lo que se ha evaluado es el porcentaje de empresas que las han implantado y 3 medidas no han sido evaluadas finalmente, en un caso por estar implantada antes de la ejecución del PLAN y las otras dos porque las empresas no han aportado la información necesaria para evaluarlas.

En el 83% de los compromisos del PLAN en los que se estableció un objetivo evaluable se ha alcanzado el objetivo, es decir en 110 de las 132 medidas. Sobre otras 60 medidas adicionales en las que no se estableció un objetivo, más del 75% de las empresas declaran haber cumplido 31 de ellas (el 52%).

Un total de 309 empresas han participado en la evaluación final del PLAN (ANEXO 5).



Por sectores, el cumplimiento ha sido:

- Compromisos cuantitativos de fabricación y distribución: el 99% de los compromisos se han cumplido.
- La implantación de los compromisos cualitativos de fabricación y distribución, que no estaban sujetos a objetivos de cumplimiento, se ha evaluado mediante el porcentaje de empresas con la medida implantada: 60,6% de las empresas, de media. Uno de los objetivos no ha sido evaluado por responder a una medida ya implantada.
- Compromisos cuantitativos y cualitativos de los sectores de fuera del hogar:
 - Restauración social: el 55% de los compromisos se han cumplido.
 - Restauración moderna:
 - El 61% de los compromisos con meta se han cumplido.
 - La implantación media de los compromisos cualitativos comunes y voluntarios, que no estaban sujetos a objetivos de cumplimiento, ha sido del 50%.
 - Distribución automática: 100% de cumplimiento de las medidas evaluadas, si bien las empresas no han podido aportar la información necesaria para la evaluación de dos de las medidas pactadas.

CUMPLIMIENTO GLOBAL DE LOS OBJETIVOS DEL PLAN

SECTORES	Nº EMPRESA/PRODUCTOS/ CENTROS/ESTABLECIMIENTOS	ALCANZA OBJETIVOS PLAN GLOBAL: 83% 110 DE 132 MEDIDAS
FyD	177 F + 14 D 13 categorías 57 subcategorías 3.084 productos	Compromisos cuanti: 99% (*) 12 de 13 cat 56 de 57 subcat Compromisos cuali (*): Implantación en 60,6% empresas
RS	41 empresas 6.839 centros	55% compromisos (**)
RM	24 empresas 4.198 establecimientos	61% compromisos (**) Medidas voluntarias: 50% empresas
DA	53 empresas	100% compromisos (**)

F: Fabricación; D: Distribución.

(*) Sólo se establecieron objetivos cuantitativos.

(**) Conjuntamente objetivos cuantitativos y cualitativos.

5.1. RESULTADOS GLOBALES Y POR SUBCATEGORÍAS DE ALIMENTOS DE LOS COMPROMISOS DE MEJORA DE LA COMPOSICIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS Y OTRAS MEDIDAS DE LOS SECTORES DE FABRICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Los compromisos o medidas a los que se han comprometido las empresas del sector de la fabricación y distribución se clasifican dependiendo del tipo de compromiso (cuantitativo o cualitativo) y los sectores comprometidos (fabricación, distribución o ambos).

- 1) Se han cumplido el 99% de los **compromisos cuantitativos de reducción de azúcares, sal, grasa saturada y grasa total** establecidos para los productos evaluados: 76 de los 77 compromisos, en 12 de las 13 categorías y en 56 de las 57 subcategorías.

En una categoría, *Bollería y pastelería*, no se ha alcanzado el objetivo en un compromiso cuantitativo: específicamente en la subcategoría *Pastelito relleno sin cobertura* no se ha alcanzado el objetivo de reducción de azúcares, aunque sí se ha producido una reducción respecto a 2016.

- 2) En la siguiente tabla se resumen los resultados de los compromisos cuantitativos por subcategoría. Incluye: número de productos; mediana de azúcares, sal, grasa saturada y grasa total; porcentaje de reducción de azúcares, sal, grasa saturada y grasa total; coeficiente de variación de azúcares, sal, grasa saturada y grasa total; y porcentaje de productos con valor de azúcares, sal, grasa saturada y grasa total por encima del objetivo 2020.

COMPROMISOS CUANTITATIVOS FABRICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

TIPO DE COMPROMISO/ CATEGORÍA	NUTRIENTE	SUBCATEGORÍA	Nº PRODUCTOS	MEDIANA (G/100 G)	% REDUCCIÓN	COEFICIENTE DE VARIACIÓN	% PRODUCTOS POR ENCIMA DEL OBJETIVO 2020
APERITIVOS SALADOS	GRASA SATURADA	PALOMITAS DE MICROONDAS	26	8,4	35,4	44,1	2,7
		PATATAS FRITAS	91	3,8	75,6	81,5	0,3
		PRODUCTOS DE APERITIVO FRITOS	121	3	78,3	65,1	0,3
	SAL	PATATAS FRITAS	156	1	23,1	34,4	0,3
		PRODUCTOS DE APERITIVO	65	1,5	25,7	31	0,2
BEBIDAS REFRESCANTES	AZÚCAR	BEBIDAS REFRESCANTES DE LIMA-LIMÓN SIN EDULCORANTES	5	7,3	27,4	16,3	0
BOLLERÍA Y PASTELERÍA	AZÚCAR	BOLLO RELLENO SIN COBERTURA	10	21	10,6	21,6	10
		BOLLO SIN RELLENO	19	12	29,4	19,6	5,3
		CROISSANTS	36	10,4	16,1	34,5	27,8
		MAGDALENAS	54	27,9	5,6	5,7	7,4

CONTINÚA EN PÁGINA SIGUIENTE >

COMPROMISOS CUANTITATIVOS FABRICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN (CONTINUACIÓN)

TIPO DE COMPROMISO/ CATEGORÍA	NUTRIENTE	SUBCATEGORÍA	Nº PRODUCTOS	MEDIANA (G/100 G)	% REDUCCIÓN	COEFICIENTE DE VARIACIÓN	% PRODUCTOS POR ENCIMA DEL OBJETIVO 2020
BOLLERÍA Y PASTELERÍA	AZÚCAR	PASTELITO RELLENO CON COBERTURA	37	37,1	4,9	14,6	43,2
		PASTELITO RELLENO SIN COBERTURA	5	31	3,1	13,8	80
		ROSQUILLAS CON COBERTURA	16	19	20,8	28,9	12,5
		ROSQUILLAS SIN COBERTURA	12	18	25	20,5	25
	GRASA SATURADA	BOLLO CON PEPITAS DE CHOCOLATE	15	3,6	45,5	31,9	6,7
		ROSQUILLAS CON COBERTURA	16	15,15	20,3	18,2	25
		ROSQUILLAS SIN COBERTURA	12	10,5	4,5	28,4	50
CEREALES DE DESAYUNO	AZÚCAR	CEREALES DE DESAYUNO INFANTIL CHOCOLATEADOS	41	24,9	13,5	12,4	22
CREMAS	SAL	CREMAS DE VERDURAS	44	0,68	9,3	18,3	25
DERIVADOS CÁRNICOS	AZÚCAR	CHORIZO VELA EXTRA	111	1,7	43,3	64,8	6,3
		JAMÓN COCIDO EXTRA	123	0,9	40	53,7	8,9
		LONGANIZA FRESCA	91	0,5	50	110,5	12,1
		PECHUGA DE PAVO	116	1	60	61,5	0
		SALCHICHA/ MORTADELA	225	0,8	52,9	111,1	0
		SALCHICHÓN VELA EXTRA	97	2,6	35	36,7	7,2
	GRASA TOTAL	CHORIZO VELA EXTRA	111	29	29,3	22,4	4,5
		LONGANIZA FRESCA	91	16	36	38,5	7,7
		SALCHICHA/ MORTADELA	225	18	30,8	101,8	4,4
		SALCHICHÓN VELA EXTRA	97	30,8	24,9	21,4	3,1
	SAL	CHORIZO VELA EXTRA	111	3,5	10,3	12,2	11,7
		JAMÓN COCIDO EXTRA	123	1,9	17,4	17,3	20,3
		LONGANIZA FRESCA	91	2	33,3	21,1	3,3
		PECHUGA DE PAVO	116	1,8	18,2	18,2	22,4
		SALCHICHA/ MORTADELA	225	2	23,1	87,3	16,4
		SALCHICHÓN VELA EXTRA	97	3,5	10,3	15,5	29,9

CONTINÚA EN PÁGINA SIGUIENTE >

COMPROMISOS CUANTITATIVOS FABRICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN (CONTINUACIÓN)

TIPO DE COMPROMISO/ CATEGORÍA	NUTRIENTE	SUBCATEGORÍA	Nº PRODUCTOS	MEDIANA (G/100 G)	% REDUCCIÓN	COEFICIENTE DE VARIACIÓN	% PRODUCTOS POR ENCIMA DEL OBJETIVO 2020
GALLETAS	AZÚCAR	GALL DESAYUNO FAM/INFANT	104	20	9,1	12,2	26,9
		GALLETAS RELLENAS	55	31	10,1	11,1	29,1
	GRASA SATURADA	GALL DESAYUNO FAM/INFANT	104	1,5	70	85,9	13,5
		GALLETAS RELLENAS	55	7,8	25,7	30,5	14,5
HELADOS	AZÚCAR	HELADOS INFANTILES BASE AGUA	35	17	10,1	20,7	25,7
NÉCTARES DE FRUTAS	AZÚCAR	NÉCTAR MELOCOTÓN SIN EDULCORANTES (*)	9	10,7	7	17,2	28,6
		NÉCTAR NARANJA SIN EDULCORANTES (*)	5	10	7	18	20
		NÉCTAR DE PIÑA SIN EDULCORANTES (*)	9	10,9	7,6	12,3	0
PAN ESPECIAL ENVASADO	AZÚCAR	PAN DE MOLDE BLANCO (*)	45	3,8	5	16,1	6,7
		PAN DE MOLDE INTEGRAL (*)	34	4,1	2,4	21,4	17,6
		PAN TOSTADO (*)	45	5,1	7,3	16,4	20
		PAN TOSTADO INTEGRAL (*)	38	4,5	2,2	14,3	23,7
	GRASA SATURADA	NUGGETS	39	1,8	21,7	28,9	10,3
PLATOS PREPARADOS	SAL	ANILLAS	30	1,26	16	20,8	43,3
		ANILLAS REESTRUCTURADAS	18	1,33	21,8	31,4	22,2
		CROQUETAS	163	1	23,1	26	20,9
		EMPANADILLAS	38	0,7	15,7	24,9	42,1
		LASAÑAS/CANELONES	98	0,8	20	20	7,1
		NUGGETS	39	1,2	14,3	21,3	25,6
		PRODUCTOS DE SURIMI (SUCEDÁNEO DE ANGULA)	33	2	20	13,2	0
		PRODUCTOS DE SURIMI (SUC. DE CANGREJO)	41	1,8	10	12,3	14,6
PRODUCTOS LÁCTEOS	AZÚCAR	ARROZ CON LECHE (*)	25	14,4	8,9	9,6	32
		BATIDOS (*)	70	10,5	9,5	11,5	14,3
		FLAN DE HUEVO (*)	21	23	5,3	8,4	9,5
		FLAN DE VAINILLA (*)	17	16,4	0,6	8	29,4

CONTINÚA EN PÁGINA SIGUIENTE >

COMPROMISOS CUANTITATIVOS FABRICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN (CONTINUACIÓN)

TIPO DE COMPROMISO/ CATEGORÍA	NUTRIENTE	SUBCATEGORÍA	Nº PRODUCTOS	MEDIANA (G/100 G)	% REDUCCIÓN	COEFICIENTE DE VARIACIÓN	% PRODUCTOS POR ENCIMA DEL OBJETIVO 2020
PRODUCTOS LÁCTEOS	AZÚCAR	LECHE FERMENTADA LÍQUIDA SEMIDESNATADA INDIVIDUAL (*)	51	10,6	10,5	15,2	11,8
		NATILLAS DE VAINILLA (*)	22	15	6,3	14,2	13,6
		QUESO FRESCO SEMIDESNATADO CON FRUTA TIPO PETIT (FRESA-PLÁTANO) (*)	26	11	16	5,3	0
		YOGUR CON FRUTAS (*)	92	11,55	19,2	18,6	7,6
		YOGUR DE SABORES (*)	167	11,3	11,7	13,9	18,6
		YOGUR GRIEGO CON FRUTAS (*)	57	12,8	7,9	8,2	12,3
		YOGUR GRIEGO NATURAL AZUCARADO (*)	24	11	5,2	13,5	8,3
		YOGUR LÍQUIDO (*)	91	11,6	11,8	15,4	5,5
		YOGUR NATURAL AZUCARADO (*)	38	11,3	9,6	18,8	13,2
SALSAS	AZÚCAR	KÉTCHUP (*)	23	19	11,2	10,8	13
		MAYONESA	38	1,3	18,8	52,2	34,2
		SALSA FINA	13	2,3	23,3	52,9	0
		TOMATE FRITO RECETA BÁSICA (*)	39	6,4	11,1	16,8	5,1
SALSAS	SAL	KÉTCHUP	23	2	4,8	16	4,3
		MAYONESA	38	1	16,7	13,6	44,7
		SALSA FINA	13	1,1	21,4	25,1	30,8
		TOMATE FRITO RECETA BÁSICA	39	0,95	13,6	15,8	5,1

Coeficiente de variación=desviación estándar/media.

(P75 ≤25,35%)

(P75>31,2)

(P75≥25)

(*) En estas subcategorías, para calcular el porcentaje de reducción del contenido en azúcares añadidos se tuvo en cuenta una estimación del contenido de azúcares naturalmente presentes en los alimentos de cada subcategoría. Por lo tanto, para la evaluación del cumplimiento de los compromisos de porcentaje de reducción de azúcares añadidos se ha restado el contenido en azúcares naturalmente presentes. Para el flan de vainilla no se calculó el contenido estimado de azúcares naturalmente presentes porque no se acordó un porcentaje de reducción, sino que se mantenía el valor de contenido mediano de 2016.

En la siguiente tabla se muestran los valores estimados de contenido en azúcares naturalmente presentes en cada subcategoría de alimentos y bebidas y el cálculo del porcentaje de reducción de azúcares añadidos observado desde 2016.

CONTENIDO EN AZÚCARES NATURALMENTE PRESENTES EN ALIMENTOS Y BEBIDAS

SUBCATEGORIAS	CONTENIDO ESTIMADO DE AZÚCARES INTRÍNECOS (g/100 g)	% REDUCCIÓN (AZÚCARES AÑADIDOS)
ARROZ CON LECHE	3,3	11,2
BATIDOS	4,5	15,5
FLAN DE HUEVO	3,3	6,1
FLAN DE VAINILLA	-	-
LECHE FERMENTADA LÍQUIDA SEMIDESNATADA INDIVIDUAL	4,1	16,1
NATILLAS DE VAINILLA	5,2	9,3
QUESO FRESCO SEMIDESNATADO CON FRUTA TIPO PETIT (FRESA-PLÁTANO)	4	23
YOGUR CON FRUTAS	4,9	28,7
YOGUR DE SABORES	4	17
YOGUR GRIEGO CON FRUTAS	5,66	13,3
YOGUR GRIEGO NATURAL AZUCARADO	4,85	8,9
YOGUR LÍQUIDO	4,35	17,6
YOGUR NATURAL AZUCARADO	4	14,1
KÉCHUP	4,2	14
TOMATE FRITO RECETA BÁSICA	4,2	26,7
NÉCTAR MELOCOTÓN SIN EDULCORANTES	4,1	10,8
NÉCTAR NARANJA SIN EDULCORANTES	4,85	12,7
NÉCTAR DE PIÑA SIN EDULCORANTES	5,8	15
PAN DE MOLDE BLANCO	2	10
PAN DE MOLDE INTEGRAL	2	4,5
PAN TOSTADO	3,4	19
PAN TOSTADO INTEGRAL	3,6	10

(*) Los objetivos de reducción para el 2020 de las subcategorías pan de molde, pan de molde integral y pan tostado se calcularon a partir de datos procedentes de analítica; por lo tanto, para comprobar el cumplimiento se ha utilizado, además del dato de etiquetado, también el dato de analítica. Ver información detallada en la correspondiente subcategoría.



Estos resultados muestran:

2.1. En cuanto a las **reducciones del contenido en nutrientes**, para cada nutriente:

2.1.1. Las *mayores reducciones* se han observado en algunas subcategorías de las siguientes categorías:

- a.** En azúcares: Entre el 25% y 60% de reducción (derivados cárnicos, bollería y pastelería, bebidas refrescantes).
- b.** En sal: Entre el 21,8% y 33,3% de reducción (aperitivos salados, derivados cárnicos, platos preparados).
- c.** En grasa saturada: Entre el 45,5% y el 76,9% (aperitivos salados, galletas, bollería y pastelería).

2.1.2. Los *valores más bajos de reducción* se han observado en algunas subcategorías de las siguientes categorías:

- a.** En azúcares: Entre el 0,6% y el 5% (productos lácteos, pan especial envasado, bollería y pastelería).
- b.** En sal: Entre el 4,8% y 10% (salsas, cremas, platos preparados).
- c.** En grasa saturada: Entre el 4,5% al 21,7% (bollería y pastelería, platos preparados).

2.1.3. En grasa total: sólo se han medido en derivados cárnicos, con un rango de reducción entre el 24,9% y 36%.

2.2. La evaluación de las medidas cuantitativas ha puesto de manifiesto la **variabilidad del contenido en nutrientes** de productos de la misma subcategoría. Esta variabilidad es un indicador del potencial de formulación que aún existe en esa subcategoría, ya que pese a que a nivel de subcategoría las posibles limitaciones para la reformulación son similares, algunos productos presentan menor contenido en nutrientes que otros.

Para cada nutriente, las subcategorías con **MENOS DISPERSIÓN** o coeficiente de variación pertenecen a las siguientes categorías:

- En azúcares: productos lácteos.
- En sal: derivados cárnicos, platos preparados y salsas.
- En grasa saturada: bollería y pastelería y platos preparados.

Las categorías con **MÁS DISPERSIÓN** o coeficiente de variación son:

- En azúcares: derivados cárnicos y salsas.



- En sal: derivados cárnicos, aperitivos salados y platos preparados.
- En grasa saturada: galletas y aperitivos salados.

En grasa total: derivados cárnicos que es la única categoría en la que se estableció compromiso para este nutriente.

2.3. Adicionalmente, el **porcentaje de productos que están por encima del objetivo de reducción** de cada subcategoría, indica un esfuerzo de reformulación pendiente, ya que aunque los objetivos del PLAN se establecieron en relación con la mediana de la categoría, todos los productos debían de realizar una reducción del contenido en nutrientes tendiendo hacia la mediana fijada para la subcategoría.

Las subcategorías en las que se observan *MENOR PORCENTAJE DE PRODUCTOS por encima del objetivo 2020*, es decir, aquellos que está por encima del objetivo, en algunos de los nutrientes, con un 0% (todos los productos han alcanzado el objetivo), pertenecen a las siguientes categorías: productos lácteos, néctares de frutas, bebidas refrescantes, salsas y derivados cárnicos.

Las subcategorías en las que se observan *MAYORES PORCENTAJES DE PRODUCTOS por encima del objetivo 2020*, es decir, que está por encima del objetivo en alguno de los nutrientes pertenecen a las siguientes categorías: bollería y pastelería, salsas y platos preparados.

2.4. A partir del análisis del cumplimiento de los compromisos es posible también determinar en qué subcategorías existe un **margen de reformulación remanente**, mediante las diferencias en el alcance de las reducciones observadas (porcentaje de reducción del contenido mediano que se muestran en la tabla del apartado 2 de la sección 5.1.), el grado de dispersión del contenido de nutriente en los productos (coeficiente de variación), y el porcentaje de productos que en la evaluación aún están por encima del objetivo.

CRITERIOS UTILIZADOS PARA DETERMINAR EL MARGEN DE REFORMULACIÓN REMANENTE AL CIERRE DE LA EVALUACIÓN

1 ALCANCE DE LAS REDUCCIONES OBSERVADAS	• Porcentaje de reducción de cada subcategoría
2 GRADO DE DISPERSIÓN DEL CONTENIDO DE NUTRIENTE EN LOS PRODUCTOS	• Coeficiente de variación de cada subcategoría
3 PRODUCTOS POR ENCIMA DEL OBJETIVO	• Porcentaje de productos que en la evaluación aún están por encima del objetivo en cada subcategoría



Identificar subcategorías en las que algunos de estos criterios están por debajo del percentil 75 (reducción) o por encima del percentil 75 (dispersión) y porcentaje de productos por encima del objetivo



En base a lo anterior, es posible establecer cuatro niveles para priorizar la reformulación en aquellas subcategorías en las que alguno de estos criterios está por debajo del percentil 75 (reducción) o por encima del percentil 75 (dispersión y porcentaje productos por encima del objetivo), es decir, las subcategorías en las que al cierre de la evaluación existe todavía un margen apreciable de reformulación.

En función del número de criterios que confluyen, se pueden establecer las siguientes prioridades de reformulación:

- **Las prioridades 1 y 2** corresponderían a subcategorías en las que existe un elevado porcentaje de productos por encima del objetivo: en la 1, se dan también los criterios de elevada dispersión y bajo porcentaje de reducción, y en la prioridad 2 el criterio de bajo porcentaje de reducción.
- En la **prioridad 3**, existe un elevado coeficiente de variación y un bajo porcentaje de reducción, y en la **prioridad 4**, sólo un bajo porcentaje de reducción, sin presencia de los otros dos criterios, por lo que en ellas es más incierto que pueda existir margen tecnológico, debido a que no se observa dispersión de valores en la subcategoría. No obstante, el criterio aplicado se refiere al percentil 75, y posiblemente aquellos valores que estén por encima del percentil más bajos tengan margen para reformular, hasta alcanzar el valor más bajo de su subcategoría.



El nutriente para el que existen más subcategorías susceptibles de una mayor reformulación es el **azúcar**, seguido de la **sal**. Para algunas subcategorías existe más de un nutriente sobre el que sería posible reformular.

En la siguiente tabla se recogen las prioridades identificadas para subcategorías y nutrientes.

PRIORIDADES IDENTIFICADAS PARA SUBCATEGORÍAS Y NUTRIENTES

PRIORIDAD- CRITERIO DE SELECCIÓN	AZÚCAR	GRASA SATURADA	GRASA TOTAL	SAL
PRIORIDAD 1: % PRODUCTOS ENCIMA OBJ $\geq$ 25 + COEFICIENTE VARIACIÓN $\geq$ 31,2 + REDUCCIÓN $\leq$ 25,32	- CROISSANTS - MAYONESA	-	-	-
PRIORIDAD 2: % PRODUCTOS ENCIMA OBJ $\geq$ 25 + REDUCCIÓN $\leq$ 25,32	- PASTELITO RELLENO CON COBERTURA - PASTELITO RELLENO SIN COBERTURA - ROSQUILLAS SIN COBERTURA - GALLETAS DE DESAYUNO FAMILIAR E INFANTIL - GALLETAS RELLENAS - HELADOS INFANTILES BASE AGUA - NÉCTAR DE MELOCOTÓN SIN EDULCORANTES - ARROZ CON LECHE - FLAN DE VAINILLA	- ROSQUILLAS SIN COBERTURA - ROSQUILLAS CON COBERTURA	-	- CREMAS DE VERDURAS - SALCHICHÓN VELA EXTRA - ANILLAS - EMPANADILLAS - NUGGETS - MAYONESA - SALSA FINA - PATATAS FRITAS - SALCHICHA/MORTADELA
PRIORIDAD 3: COEFICIENTE VARIACIÓN $\geq$ 31,2 + REDUCCIÓN $\leq$ 25,32	- SALSA FINA - CHORIZO VELA EXTRA - JAMÓN COCIDO EXTRA - LONGANIZA FRESCA - PECHUGA DE PAVO - SALCHICHA/ MORTADELA - SALCHICHÓN VELA EXTRA	- PALOMITAS DE MICROONDAS - PATATAS FRITAS - PRODUCTOS DE APERITIVO FRITOS - BOLLO CON PEPITAS DE CHOCOLATE - GALLETAS DE DESAYUNO FAMILIAR E INFANTIL	- LONGANIZA FRESCA - SALCHICHA/MORTADELA	- ANILLAS REESTRUCTURADAS
PRIORIDAD 4: REDUCCIÓN $\leq$ 25,32	- NÉCTAR DE NARANJA SIN EDULCORANTES - BATIDOS - BOLLO RELLENO SIN COBERTURA - CEREALES DE DESAYUNO INFANTIL CHOCOLATEADOS - FLAN DE HUEVO - KETCHUP - LECHE FERMENTADA LÍQUIDA SEMIDESNATADA INDIVIDUAL - MAGDALENAS - NATILLAS DE VAINILLA - NÉCTAR DE PIÑA SIN EDULCORANTES - PAN DE MOLDE BLANCO - PAN DE MOLDE INTEGRAL - PAN TOSTADO - PAN TOSTADO INTEGRAL - QUESO FRESCO SEMIDESNATADO CON FRUTA TIPO PETIT (FRESA-PLÁTANO) - ROSQUILLAS CON COBERTURA - TOMATE FRITO RECETA BÁSICA - YOGUR NATURAL AZUCARADO - YOGUR CON FRUTAS - YOGUR DE SABORES - YOGUR GRIEGO CON FRUTAS - YOGUR GRIEGO NATURAL AZUCARADO - YOGUR LÍQUIDO	- NUGGETS	- SALCHICHÓN VELA EXTRA	- CHORIZO VELA EXTRA - CROQUETAS - JAMÓN COCIDO EXTRA - LASAÑAS/CANELONES - PRODUCTOS DE SURIMI (SUCEDÁNEO DE ANGULA) - PRODUCTOS DE SURIMI (SUCEDÁNEO DE CANGREJO) - TOMATE FRITO RECETA BÁSICA



2.5. Para cada subcategoría se presenta en el **ANEXO 7** una tabla con los contenidos medianos y el **mejor** (es decir más bajo) contenido **por nutriente** identificado en el estudio, valor que representaría el límite actual de reformulación alcanzado para esa muestra de productos.

- 3.** Para los **compromisos cualitativos** de estos sectores no se establecieron objetivos, por lo que no se evalúa el cumplimiento, si no el porcentaje de empresas que manifiestan haber implementado el criterio: de los 50 compromisos cualitativos establecidos de forma efectiva, uno no se ha podido evaluar debido a que estaba implementado con anterioridad al inicio del PLAN, y de los 49 restantes, 28 de ellos (más de la mitad) se han implementado en el 75% de las empresas o más y 11 de ellos se han implementado en menos del 50% de las empresas.

Los tres compromisos con **mayor implantación** por orden decreciente son: reducción de azúcares y grasas saturadas en nuevos lanzamientos en pan especial (100%), y las medidas relativas a máquinas expendedoras en el entorno escolar y la publicidad dirigida a menores en bebidas refrescantes (100%); ampliar la gama de productos ofreciendo alternativas sin azúcares añadidos o en las que los azúcares se sustituyen por fibras u otros ingredientes con un menor contenido calórico en galletas (87,5%) y sustituir azúcares por edulcorantes en néctares (83%).

Los tres compromisos con **menor implantación**, por orden creciente son: reducción de sal en jamón y paleta curados, serranos e ibéricos en los derivados cárnicos (9%); impulsar adhesión de otros fabricantes e impactar sobre marcas importadas en productos lácteos (26%) y reducción de azúcares un 21% en bebidas isotónicas en la categoría de bebidas refrescantes (25%).

COMPROMISOS CUALITATIVOS

MEDIDAS	% EMPRESAS		
	SÍ	EN PROCESO	NO
<i>MEDIDAS GENERALES FABRICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN</i>			
Nuevos productos en las subcategorías alineados con PLAN	96	3	-
Reducciones adicionales enmarcadas en límites tecnológicos, de seguridad alimentaria, de aceptación y legislación	95	3	-
Reducciones pactadas, alcanzables en años y productos pactados	88	11	-
Límites bajos o ausencia de ácidos grasos trans	90	2	-
<i>MEDIDAS ESPECÍFICAS DISTRIBUCIÓN</i>			
Participación e impulso de estudios de investigación	50	6	25
Programas de formación y educación para empleados	81	13	-
Fomento de uso de productos frescos y de temporada	88	-	-
Mejora de comercialización de productos frescos y con formulación mejorada	75	6	-

CONTINÚA EN PÁGINA SIGUIENTE >

COMPROMISOS CUALITATIVOS (CONTINUACIÓN)				
MEDIDAS		% EMPRESAS		
	MEDIDAS ESPECÍFICAS FABRICACIÓN	SÍ	EN PROCESO	NO
APERITIVOS SALADOS	Mejora continua del perfil lipídico	62,5	37,5	-
	Relativas a máquinas expendedoras y entorno escolar (5 medidas)	100	-	-
BEBIDAS REFRESCANTES	Reducción contenido en azúcares (4 medidas)	25-100	-	-
	Publicidad dirigida a menores (3 medidas)	100	-	-
	Salas de cine (3 medidas)	50	-	50
	Aumentar gama (sin azúcares, fibra...)	33	33	33
BOLLERÍA Y PASTERÍA	Reducir tamaño porciones	33	25	42
	Aumentar uso cereales completos	50	17	33
	Sustituir grasas saturadas	33	50	17
	Reducir azúcares y grasas saturadas en nuevos lanzamientos	50	33	17
CEREALES DE DESAYUNO	Mejora continua de los productos	75	25	-
CREMAS	No hay	-	-	-
DERIVADOS CÁRNICOS	Reducción de sal en jamón y paleta curados, serranos e ibéricos	9	6	60
	Acuerdos consensuados con ANICE y FECIC, extendiéndolo a todos los productos, salvo los tradicionales	45	8	47
GALLETAS	Ampliar gama productos (sin azúcares, fibra...)	87,5	12,5	-
	Reducir el tamaño de las porciones	75	25	-
	Aumentar uso cereales completos	37,5	50	13
	Reducir azúcares y grasas saturadas en nuevos lanzamientos	75	25	-
HELADOS	Disminuir porciones infantiles	60	20	20
	Disminuir porciones adultos	40	20	40
	Helados adultos ≤300 kcal/porción	60	40	-
	Requerimientos helados infantiles	40	60	-
NÉCTARES DE FRUTAS	Disminuir tamaño porciones en envases <1l.	Finalmente no evaluada, porque estaba acordada previo al PLAN		
	Sustituir azúcares por edulcorantes	83	-	17
	Incrementar porcentaje de zumo en néctares	50	-	50
PAN ESPECIAL ENVASADO	Ampliar gama productos (sin azúcares)	40	-	40
	Reducir el tamaño de las porciones	40	-	60
	Aumentar uso cereales completos	80	-	20

CONTINÚA EN PÁGINA SIGUIENTE >

COMPROMISOS CUALITATIVOS (CONTINUACIÓN)				
MEDIDAS		% EMPRESAS		
	MEDIDAS ESPECÍFICAS FABRICACIÓN	SÍ	EN PROCESO	NO
PAN ESPECIAL ENVASADO	Sustituir grasas saturadas	80	-	20
	Reducir azúcares y grasas saturadas en nuevos lanzamientos	100	-	-
PLATOS PREPARADOS	No hay	-	-	-
PRODUCTOS LÁCTEOS	Tamaño de porciones en consumo ocasional	43	-	57
	Impulsar adhesión de otros fabricantes e impactar sobre marcas importadas	26	-	74
SALSAS	No hay	-	-	-

Verde: Porcentaje de Sí igual al 80% o superior; Rojo: Porcentaje de Sí inferior al 50%.

5.2. RESULTADOS GLOBALES DE LOS COMPROMISOS DE MEJORA DE LOS SECTORES DE ALIMENTACIÓN FUERA DEL HOGAR: RESTAURACIÓN SOCIAL, RESTAURACIÓN MODERNA Y DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA.

5.2.1. Restauración social

Se han cumplido el 55% (17 de 31) de los compromisos cuantitativos y cualitativos del sector de restauración social, siendo mayor entre los cuantitativos (cumplimiento de 1 compromiso cualitativo de los 7 establecidos).

Adicionalmente, en 9 compromisos (29%) ha habido mejora respecto a los valores de 2016 y en 5 (16%) no ha habido mejora respecto a 2016.

Respecto a los contenidos de los compromisos, ha disminuido de forma general la oferta de **platos precocinados fritos** (croquetas, San Jacobo, empanadillas...) y ha aumentado la oferta de platos cocinados a la **plancha**, cocción y horno, sin añadir sofritos o salsas elaboradas.

El aspecto en el que no ha habido mejora, según el tipo de servicio ha sido el de aumentar la oferta de **hortalizas y verduras**. Adicionalmente, y de forma específica en los **centros con pensión completa** no ha habido aumento de la oferta de **carnes magras, legumbres y pan integral**.

Por tipo de servicio, los mejores resultados se observan en el servicio a **colegios**, al haber cumplido el 80% de los compromisos (4 de 5, cuantitativos y cualitativos). El cumplimiento en el servicio a **empresas, cafeterías de hospitales, fuerzas y cuerpos de seguridad del estado y centros de administraciones públicas** ha sido del 66% (8 de 12, cuantitativos y cualitativos). En el servicio a **centros con pensión completa** el cumplimiento ha sido del 36% (5 de 14, cuantitativos y cualitativos), siendo el entorno en el que se observan menos mejoras respecto a 2016.

5.2.2. Restauración moderna

El cumplimiento de los compromisos del sector de restauración moderna ha sido del 61% (11 de 18 compromisos con objetivos cuantitativos y cualitativos). No obstante, en todos los compromisos se ha producido una mejora respecto a 2016.

El compromiso que ha logrado su cumplimiento en las tres modalidades de servicio –con mesa, sin mesa, y en ruta– es el relativo a la **reducción de la oferta de sal**. Otras mejoras que aplican a más de un tipo de servicio son: el uso de aceite de **girasol, girasol alto oleico y/u oliva** en los procesos de **fritura** y la **disminución de tamaño de porciones** o incremento de la oferta de: **platos para compartir, productos de distintos tamaños**.

Los compromisos que no han alcanzado el objetivo, aunque sí han mejorado respecto a 2016, son la **reducción** del contenido de **azúcar en sobres monodosis** entre los cuantitativos y la **adquisición de productos reformulados** entre los compromisos cualitativos.

En cuanto a compromisos voluntarios, se ha alcanzado una implantación del 50% de las empresas (rango: 18%-93%):

- Los compromisos con mayor implantación (75% o más de las empresas) son el aumento de oferta de **aceite de oliva virgen para las ensaladas, uso de grasas saludables** frente a las saturadas y oferta de **verduras y hortalizas como guarnición**.
- Los compromisos con menor implantación (menos del 50% de las empresas) son el **aumento** de oferta de **frutas** en las ensaladas y a lo largo del día, de guarniciones de **legumbres** y del uso de **productos reformulados y reducción de uso de sal** mediante uso de especias y reducción de orificios en los saleros.

5.2.3. Distribución automática

En los 6 compromisos en los que se ha podido medir el cumplimiento, se ha alcanzado el objetivo 2020 en todos ellos: en todas las máquinas se ha implementado la **dosis máxima de 6 g de azúcar** (reducción del 15% con respecto a la media basal); en el 95,6% la dosis que se administra por defecto es igual o inferior a 6 g de azúcar; ha aumentado el **porcentaje de agua y de bebidas refrescantes sin azúcares añadidos** en máquinas de bebidas frías; respecto a los compromisos cualitativos, el 89% de las empresas ha incorporado **información o mensajes** sobre hábitos saludables en las máquinas, el 100% de las empresas manifiesta haber incentivado el consumo de productos reformulados y la asociación sectorial ha facilitado **información a los profesionales** del sector sobre su plan de salud.

Dos de las medidas cuantitativas no han podido ser evaluadas, la **adquisición del 100% de productos reformulados**, por indicar las empresas que no disponían de información para implantarla, y el **aumento del porcentaje de alimentos equilibrados que favorezcan conformar una dieta saludable** del total de productos incluidos en la máquina. De la información disponible, se ha revisado la de aquellos productos que pertenecen a alguna subcategoría de alimentos del PLAN para los que hay acuerdo, cumpliendo el 62,5% con los acuerdos de fabricación y distribución. Por otro lado, el 75% de los 153 productos **no cumple con los criterios**



nutricionales establecidos en el *Documento consenso sobre la alimentación en los centros educativos*⁽⁶¹⁾.



5.3. RESULTADOS POR SUBCATEGORÍAS DE ALIMENTOS

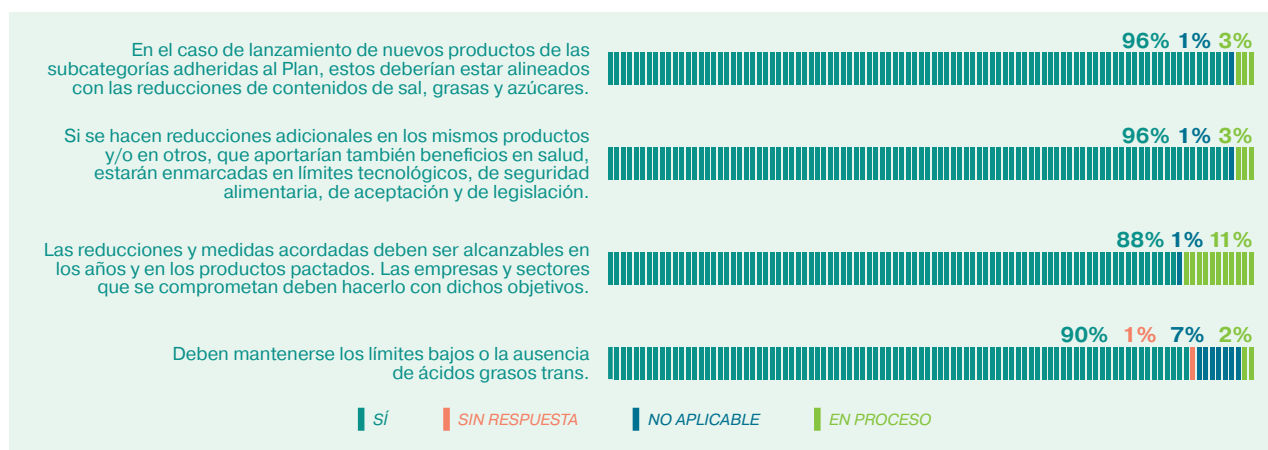
5.3.1 Medidas generales de los sectores de fabricación y distribución para todas las subcategorías

Todas las empresas de los sectores de fabricación y distribución se comprometieron con **4 medidas generales**.

En total se han recibido 237 cuestionarios, 4 de los cuales no tenían completada la casilla de conformidad con la veracidad de los datos. Por lo tanto, se han evaluado 233 cuestionarios (16 corresponden con empresas de distribución y 217 de empresas de fabricación).

Para cada una de las 4 medidas generales la mayoría de las empresas han respondido afirmativamente en relación con el cumplimiento.

- La medida que mayor número de empresas ha manifestado cumplir (96% de las empresas) es la relacionada con el *lanzamiento de nuevos productos de las subcategorías adheridas al PLAN*, los cuales deben estar *alineados con las reducciones de nutrientes seleccionados acordados en el PLAN*.
- Por otro lado, y en consonancia con los resultados observados en la evaluación de las medidas cuantitativas de las distintas subcategorías de alimentos y bebidas, el 11% de las empresas (N=25 empresas) manifiesta estar EN PROCESO en cuanto a que *“las reducciones y medidas acordadas deben ser alcanzables en los años y en los productos pactados. Las empresas y sectores que se comprometen deben hacerlo con dichos objetivos”* y 2 empresas han contestado NO APLICABLE comentando no tener productos de las subcategorías incluidas en el PLAN.
- En cuanto al compromiso de mantener los *límites bajos o la ausencia de ácidos grasos trans*, el 7% de las empresas (N= 16 empresas) han contestado NO APLICABLE. Se trata de empresas del sector de bebidas refrescantes y de néctares y 6 empresas del sector de derivados cárnicos que refieren utilizar grasas naturales sin tratar.



5.3.2. Medidas cuantitativas y cualitativas: resultados por subcategoría de alimentos y bebidas

Para cada subcategoría de alimentos y bebidas se establecieron unas medidas cuantitativas y cualitativas específicas.

Las medidas cuantitativas consisten en la reducción del contenido en nutrientes seleccionados (azúcares, sal, grasa total y/o grasa saturada) en función del contenido basal determinado en 2016 para cada subcategoría. Cada subcategoría engloba productos que comparten la misma denominación legal, y por tanto muy similares, a los que es aplicable la misma normativa técnico-sanitaria. Por lo tanto, todas las empresas de fabricación y de distribución se han comprometido con las mismas medidas cuantitativas.

En la evaluación del cumplimiento de las medidas cuantitativas se han considerado los datos de productos de 191 empresas, de las cuales 14 pertenecen al sector de distribución y 177 al de fabricación (incluidas en el **ANEXO 5**). El 58,5% de los productos seleccionados correspondieron a marcas de distribución y el 41,5% a marcas de fabricación.

Por otro lado, y dada la naturaleza heterogénea de las diferentes subcategorías, las empresas de fabricación se han comprometido con medidas cualitativas específicas para cada subcategoría. Estas medidas cualitativas pretenden reforzar los acuerdos de reducción de nutrientes seleccionados y están enfocadas en otras dimensiones del alimento como el tamaño de porción, uso de cereales integrales, publicidad de alimentos, etc.

Por su parte, las empresas del sector de distribución se han comprometido con medidas cualitativas específicas de su sector como fomento de consumo de productos frescos, formación del personal y comunicación al consumidor, etc.

Los resultados de la evaluación del cumplimiento de las medidas cuantitativas y cualitativas del sector de fabricación y distribución se presentan por subcategorías de alimentos, en base a los datos obtenidos del estudio de composición de alimentos y bebidas 2021, siguiendo la siguiente estructura:

1) Medidas cuantitativas por grupo y subcategorías de alimentos.

En este apartado, se presentan los resultados de evaluación del PLAN **para cada una de las 13 categorías de alimentos y bebidas** en las que se establecieron acuerdos. Para cada categoría se presentan:

- a)** En primer lugar, el enunciado de las medidas acordadas para cada categoría y principales resultados de la evaluación del cumplimiento de los compromisos de cada subcategoría.



b) A continuación, un diagrama de puntos que muestra la evolución del contenido mediano en nutrientes seleccionados: datos basales de 2016, objetivo 2020 y contenido mediano en nutrientes determinado en 2021 según datos de etiquetado de cada subcategoría. (**ANEXO 6**)

c) Dentro de cada categoría, **para cada subcategoría** se incluye la siguiente información de detalle:

- i) Tabla con los datos basales de 2016, los objetivos 2020, los resultados de 2021 según etiquetado, los porcentajes de reducción desde 2016, el cumplimiento del objetivo 2020 y los porcentajes de productos cuyo contenido en nutrientes se encuentra por encima del objetivo 2020.
- ii) Diagrama tipo cajas y bigotes de los resultados de contenido en nutrientes según etiquetado en 2021 y objetivo 2020 para cada subcategoría.
- iii) Por último y como resumen se incluye un diagrama tipo violín (*violin plot*) con los resultados del estudio de composición de alimentos 2021 para todas las subcategorías del grupo (siempre que exista más de una subcategoría). El diagrama tipo violín incluye, además de un diagrama de cajas y bigotes (*box plot*) en el que se identifican fácilmente mediana y rango intercuartílico, una representación de la distribución completa de los datos.
- iv) En el **ANEXO 3** se incluye una tabla con los resultados de la evaluación del cumplimiento de tolerancias de contenido en nutrientes declarados en etiquetado según analítica para todas las subcategorías.

2) Medidas cualitativas por categorías de alimentos. Se incluye un diagrama de barras con la evaluación de las respuestas de las empresas de fabricación con relación al cumplimiento de las medidas cualitativas específicos de cada categoría de alimentos.

3) Medidas cualitativas del sector de distribución. Se incluye un diagrama de barras con la evaluación de las respuestas de las empresas de distribución con relación al cumplimiento de las medidas cualitativas del sector de distribución.



5.3.2.1. Categoría: platos preparados

MEDIDAS CUANTITATIVAS

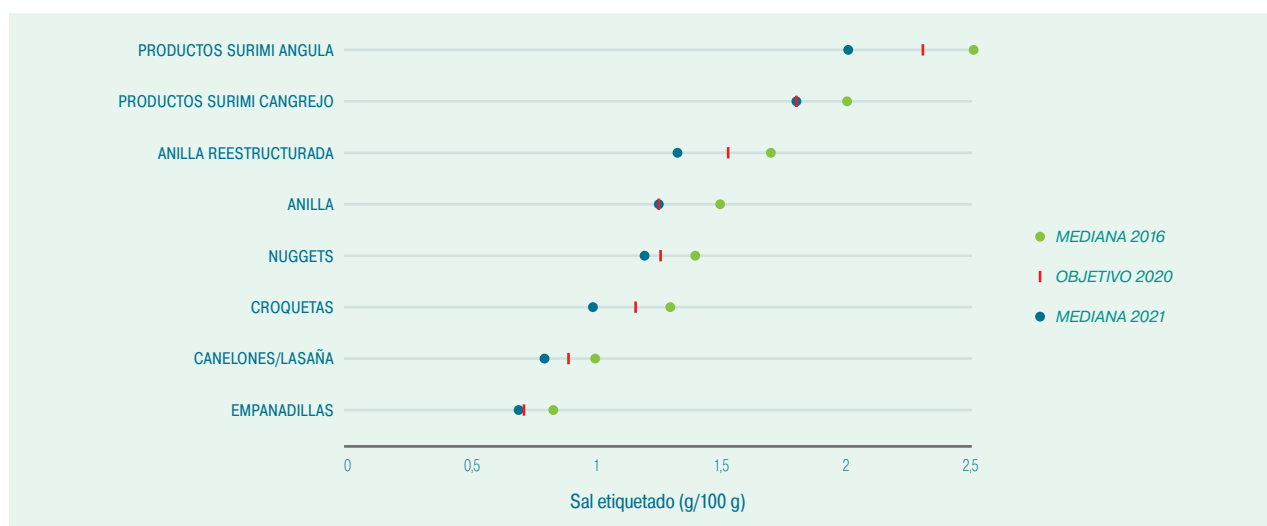
Compromisos

- **Reducción del 10% del contenido mediano de sal en croquetas, empanadillas, nuggets, canelones/lasañas, productos de surimi (sucedáneo de cangrejo), productos de surimi (sucedáneo de angula), anillas y anillas restructuradas.**
- **Reducción del 10% del contenido mediano de grasa saturada en nuggets.**

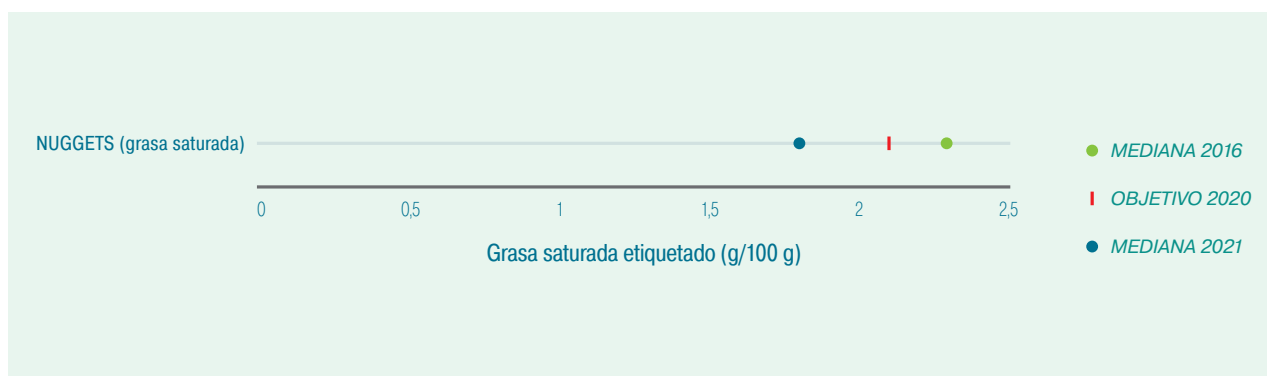
Con relación a la **evaluación del cumplimiento de los compromisos** del PLAN de la categoría de platos preparados los datos del estudio de composición de alimentos de 2021 muestran lo siguiente:

- Se ha producido una **reducción del contenido en sal y grasa saturada en todas las subcategorías** analizadas.
- Se ha **alcanzado el objetivo 2020 en todas las subcategorías**, además el porcentaje de reducción ha sido mayor que el acordado (10%) en la mayoría de subcategorías.
- El porcentaje de productos que está por encima del objetivo 2020 es muy variable entre las subcategorías: en la subcategoría productos de surimi sucedáneo de angula todos los productos han alcanzado el objetivo 2020, sin embargo, en subcategorías como empanadillas o anillas más del 40% de productos que está por encima del objetivo 2020.
- Por otro lado, algunos productos no cumplen con las tolerancias (**ANEXO 3**) en cuanto al contenido de sal o grasa saturada, siendo el dato de analítica superior al dato de etiquetado en un 8,1% y 8,3% respectivamente.

Contenido mediano en sal según etiquetado 2016, objetivo 2020 y etiquetado 2021



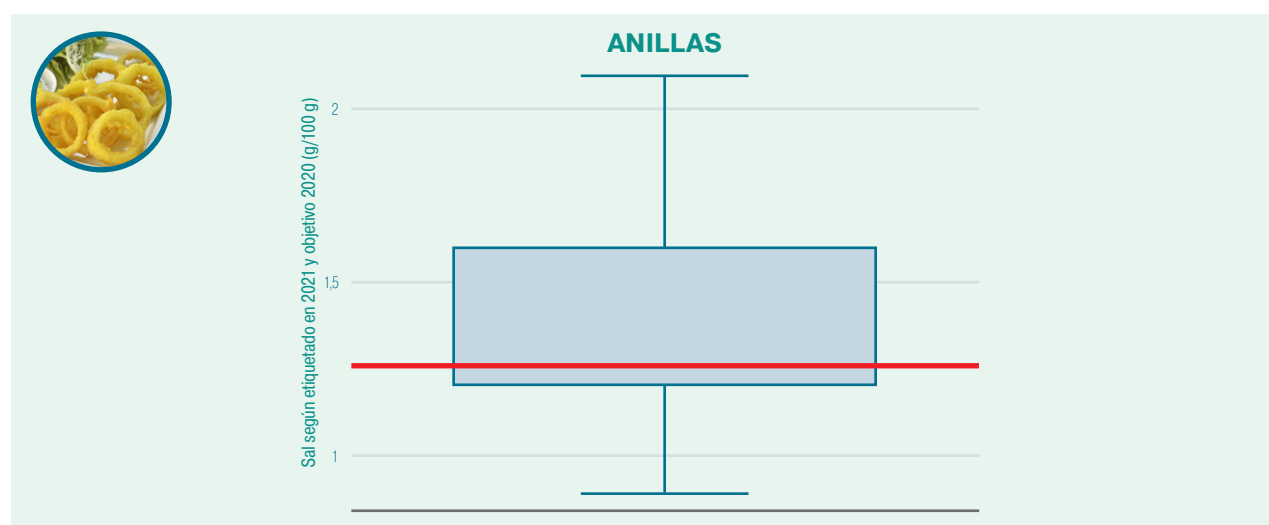
**Contenido mediano en grasa saturada según etiquetado 2016,
objetivo 2020 y etiquetado 2021**



Resultados por subcategorías

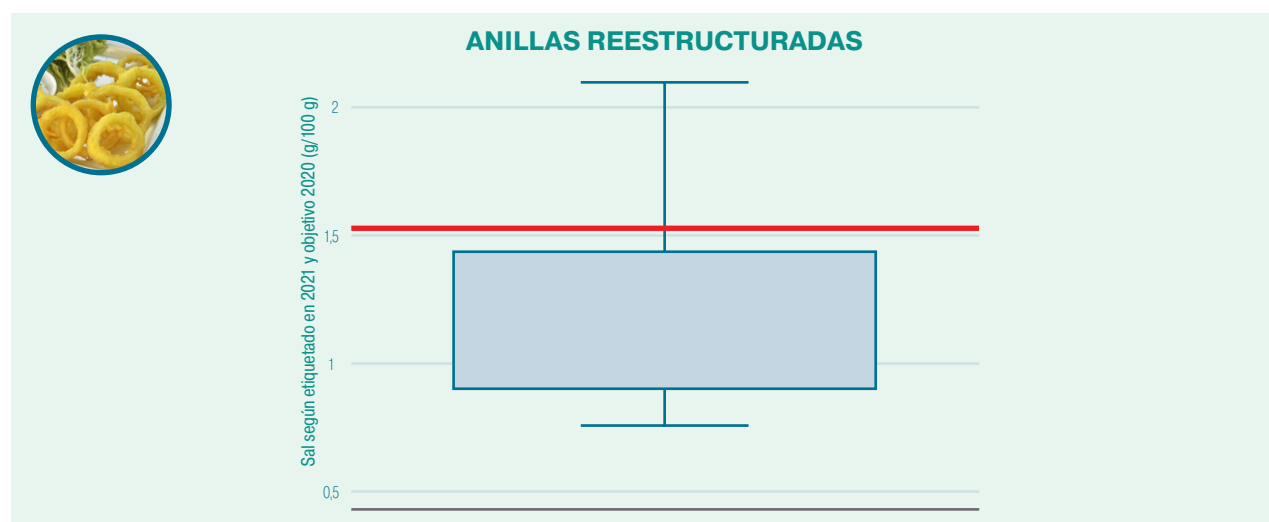
SUBCATEGORÍA: ANILLAS

CONTENIDO MEDIANO EN SAL							
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Sal (g/100 g)	30	1,5	1,26	1,26	16,0%	Sí	43,3%



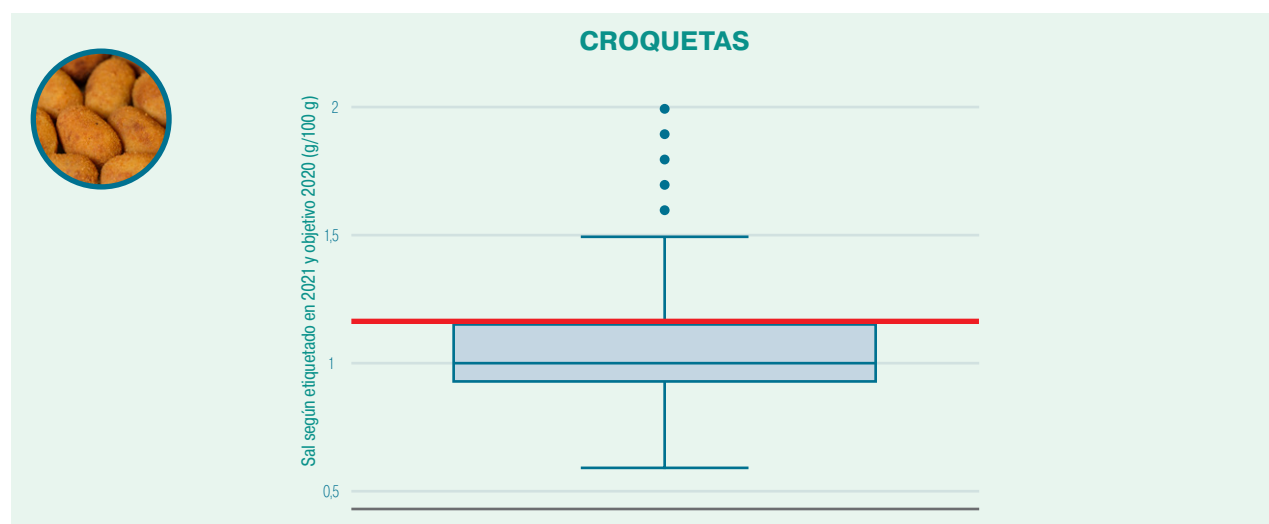
SUBCATEGORÍA: ANILLAS REESTRUCTURADAS

CONTENIDO MEDIANO EN SAL							
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Sal (g/100 g)	18	1,7	1,53	1,33	21,8%	Sí	22,2%



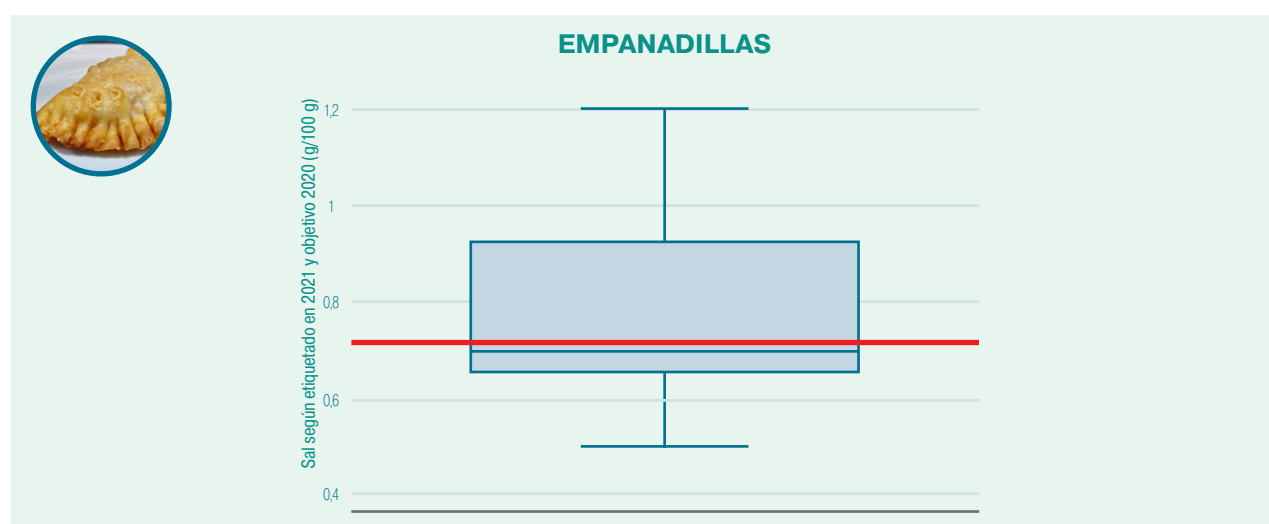
SUBCATEGORÍA: CROQUETAS

CONTENIDO MEDIANO EN SAL							
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Sal (g/100 g)	163	1,3	1,17	1,00	23,1%	Sí	20,9%



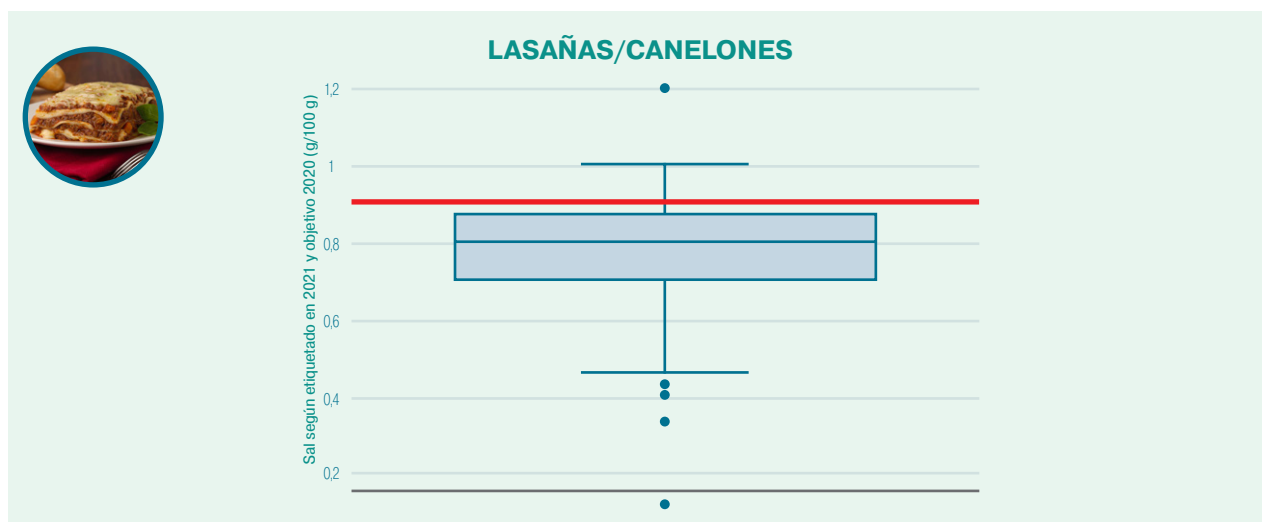
SUBCATEGORÍA: EMPANADILLAS

CONTENIDO MEDIANO EN SAL							
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Sal (g/100 g)	38	0,83	0,72	0,70	15,7%	Sí	42,1%



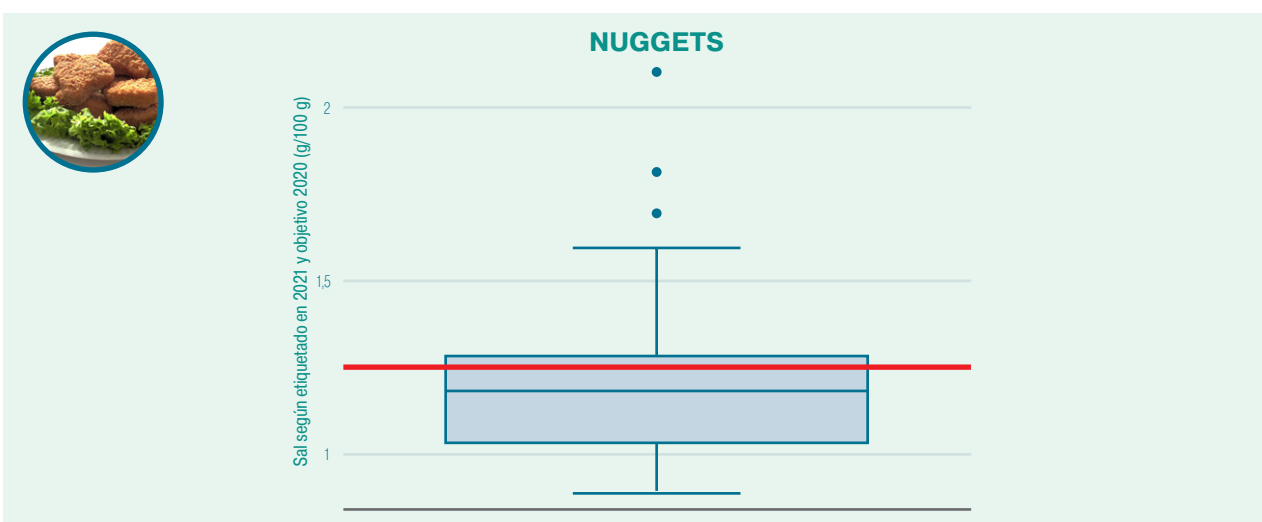
SUBCATEGORÍA: LASAÑAS / CANELONES

CONTENIDO MEDIANO EN SAL							
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Sal (g/100 g)	98	1,0	0,9	0,8	20%	Sí	7,1%



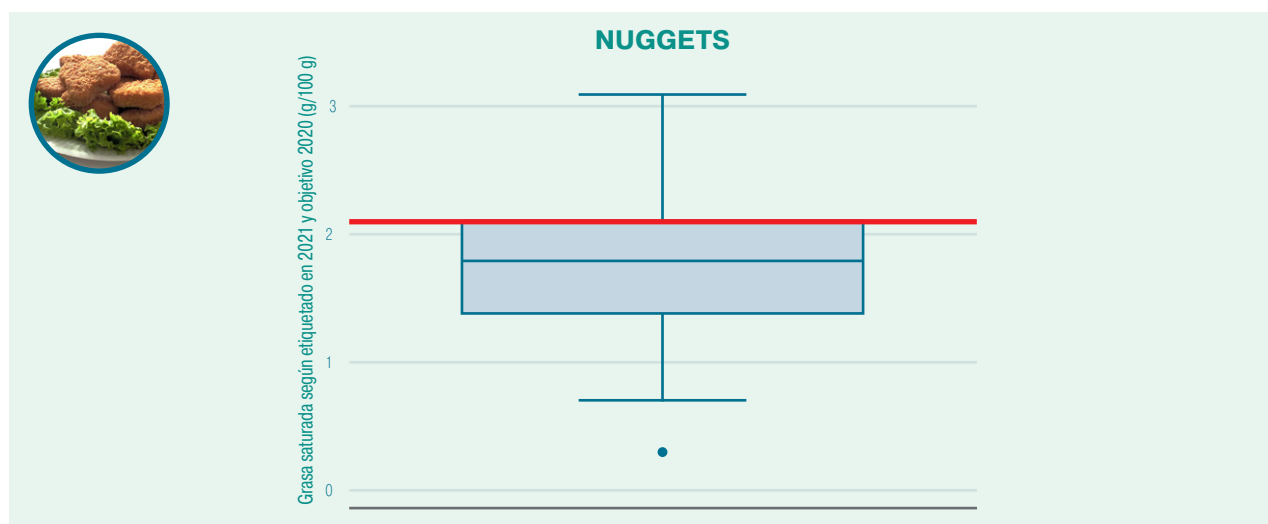
SUBCATEGORÍA: NUGGETS

CONTENIDO MEDIANO EN SAL							
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Sal (g/100 g)	39	1,4	1,26	1,20	14,3%	Sí	25,6%



CONTENIDO MEDIANO EN GRASA SATURADA

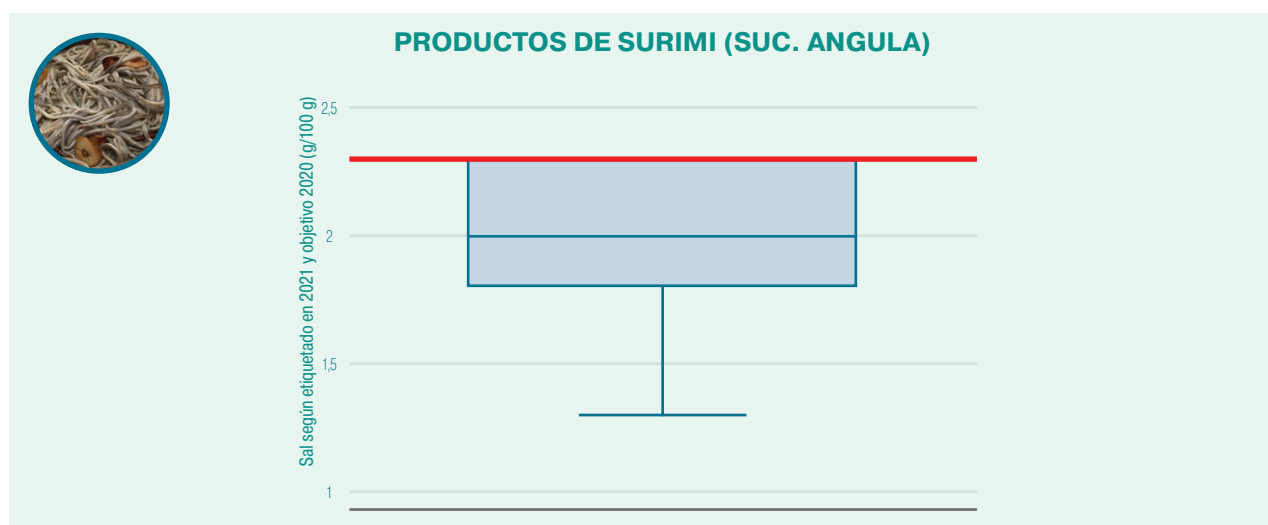
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Grasa saturada (g/100 g)	39	2,3	2,1	1,8	21,7%	Sí	10,3%



SUBCATEGORÍA: PRODUCTOS DE SURIMI (SUCEDÁNEO DE ANGULA)

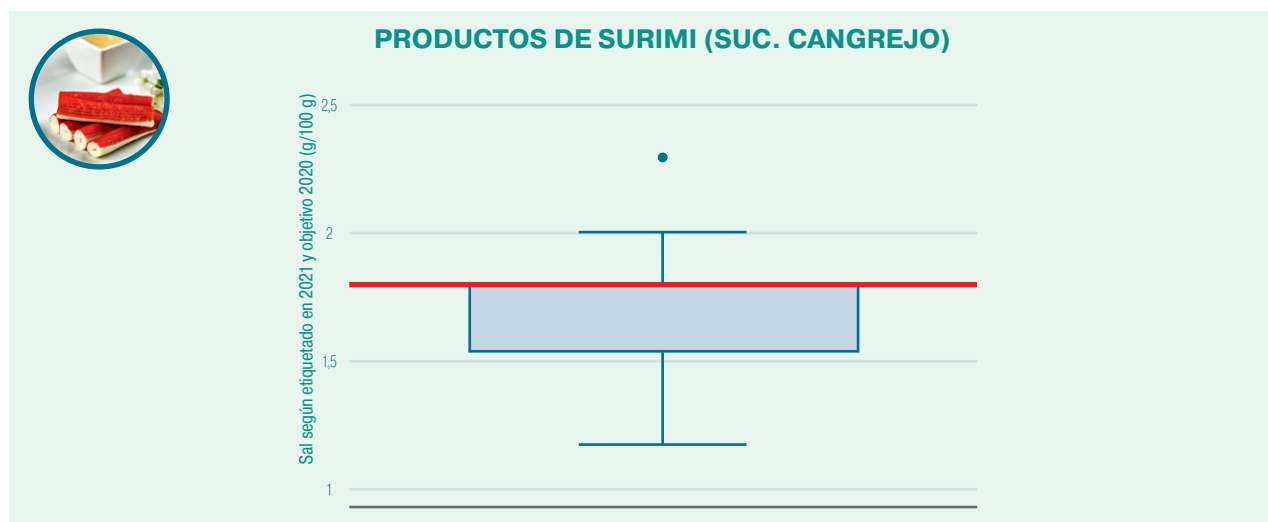
CONTENIDO MEDIANO EN SAL

	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Sal (g/100 g)	33	2,5	2,3	2,0	20,0%	Sí	0,0%

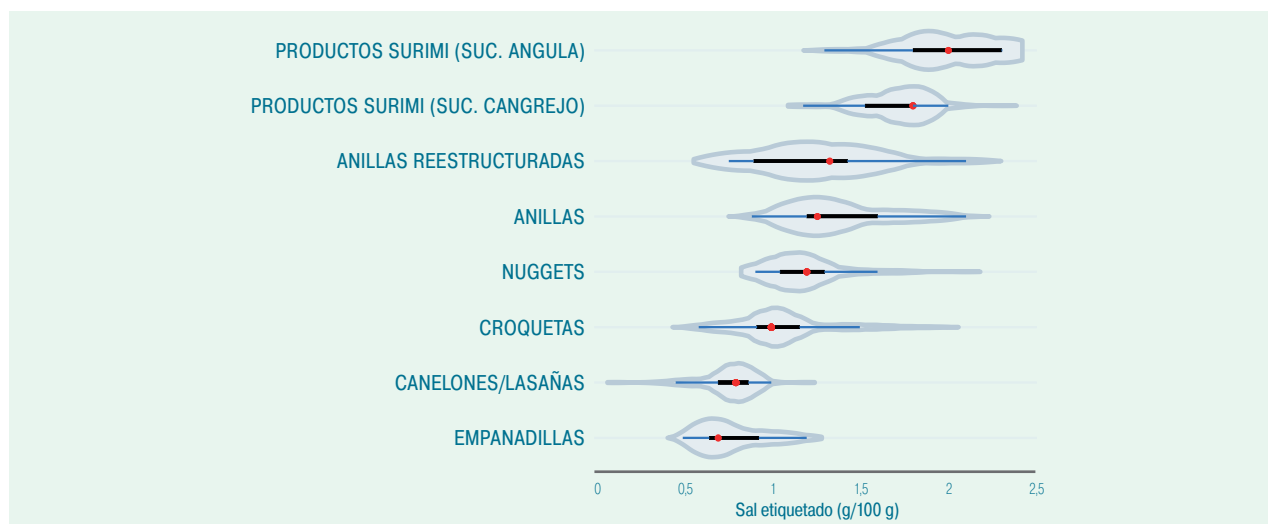


SUBCATEGORÍA: PRODUCTOS DE SURIMI (SUCEDÁNEO DE CANGREJO)

CONTENIDO MEDIANO EN SAL							
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Sal (g/100 g)	41	2,0	1,8	1,8	10,0%	Sí	14,6%



Resumen del contenido en sal según etiquetado de la categoría platos preparados



MEDIDAS CUALITATIVAS

No se establecieron compromisos cualitativos específicos para el sector de platos preparados. Los compromisos generales se han evaluado con el resto de los sectores de la fabricación y distribución.

5.3.2.2. Categoría: salsas

MEDIDAS CUANTITATIVAS

Compromisos

- **Reducción del 5% del contenido mediano de azúcares añadidos en ketchup.**
- **Reducción del 5% del contenido mediano de sal en ketchup.**
- **Reducción del 18% del contenido mediano de azúcar en mayonesa.**
- **Reducción del 16% del contenido mediano de sal en mayonesa.**
- **Reducción del 5% del contenido mediano de azúcar en salsa fina.**
- **Reducción del 5% del contenido mediano de sal en salsa fina.**
- **Reducción del 10% del contenido mediano de azúcares añadidos en tomate frito receta básica.**
- **Reducción del 10% del contenido mediano de sal en tomate frito receta básica.**

Con relación a la evaluación del cumplimiento de los compromisos del PLAN de la categoría de salsas los datos del estudio de composición de alimentos de 2021 muestran lo siguiente:

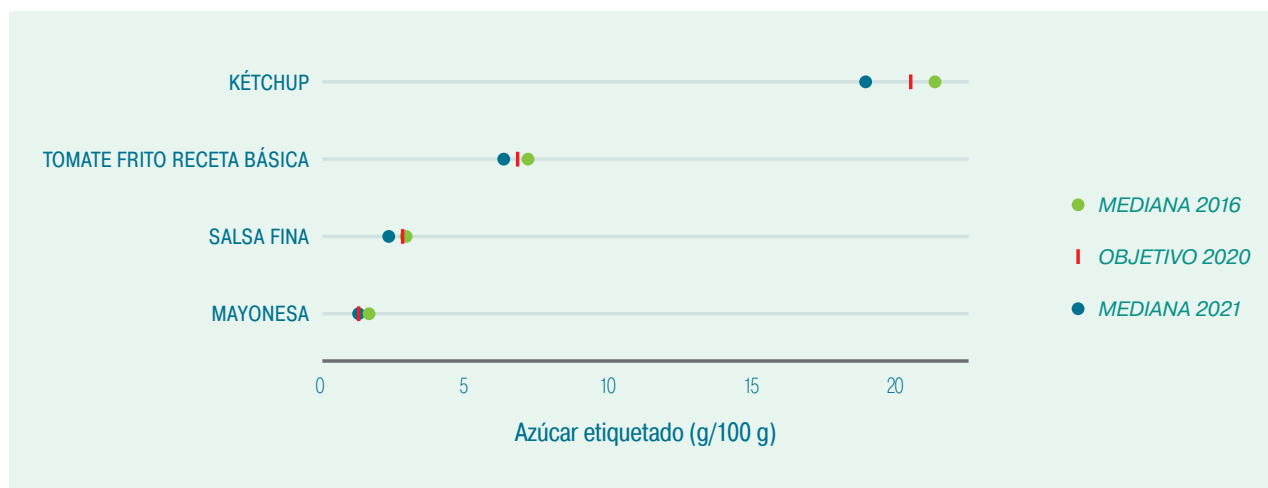
- Reducción del contenido mediano en sal y azúcares en todas las subcategorías desde 2016.
- Se han alcanzado el objetivo 2020 para ambos nutrientes en todas las subcategorías además el porcentaje de reducción ha sido mayor que el acordado en tomate frito receta básica y salsa fina para ambos nutrientes y en azúcares para ketchup.
- El porcentaje de productos cuyo contenido en sal o azúcares son superiores al objetivo 2020 muy variable entre las subcategorías. En la subcategoría de tomate frito receta básica el 5,1% de los productos presentan un contenido en sal superior al objetivo 2020. El mismo porcentaje de productos (5,1%) de los presentan un contenido en azúcares superior al objetivo 2020. En la subcategoría de salsa fina todos los productos han alcanzado el objetivo 2020 con relación a la reducción del contenido en azúcares. En subcategorías como mayonesa más del 40% de productos tiene un contenido en sal superior al objetivo 2020.

Por otro lado, todos los productos de la subcategoría de tomate frito receta básica cumplen con las tolerancias (**ANEXO 3**) en cuanto al contenido en azúcares; 2 productos no cumplen tolerancias (**ANEXO 3**) en cuanto al contenido en sal (dato de analítica menor que etiquetado).

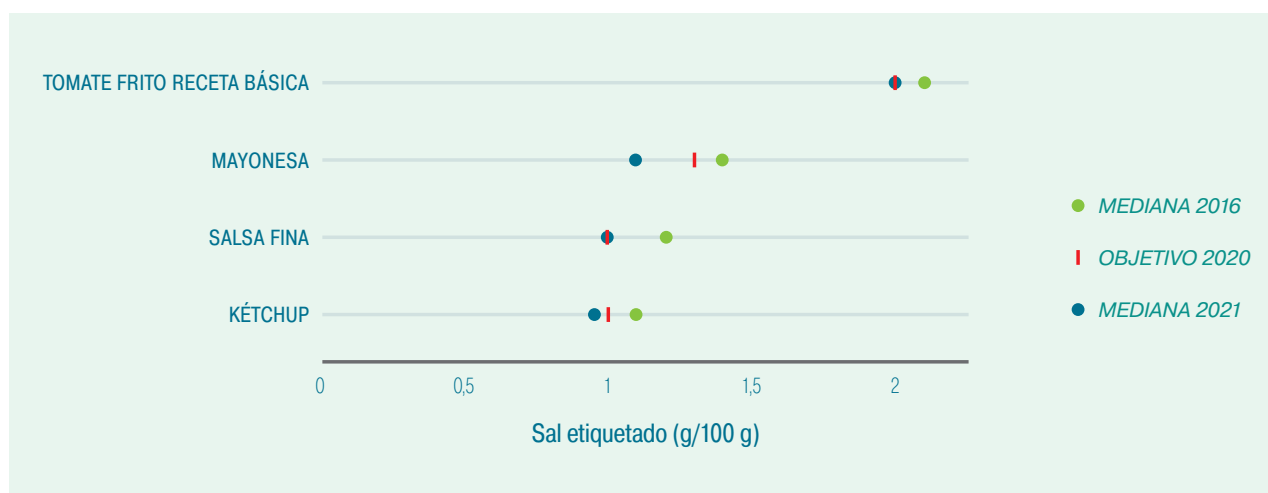


En salsa fina y ketchup se observan productos que no cumplen con las tolerancias (**ANEXO 3**). Con relación al etiquetado de contenido de azúcares en salsa fina el dato de analítica es superior al dato del etiquetado.

Contenido mediano en azúcares según etiquetado 2016, objetivo 2020 y etiquetado 2021



Contenido mediano en sal según etiquetado 2016, objetivo 2020 y etiquetado 2021



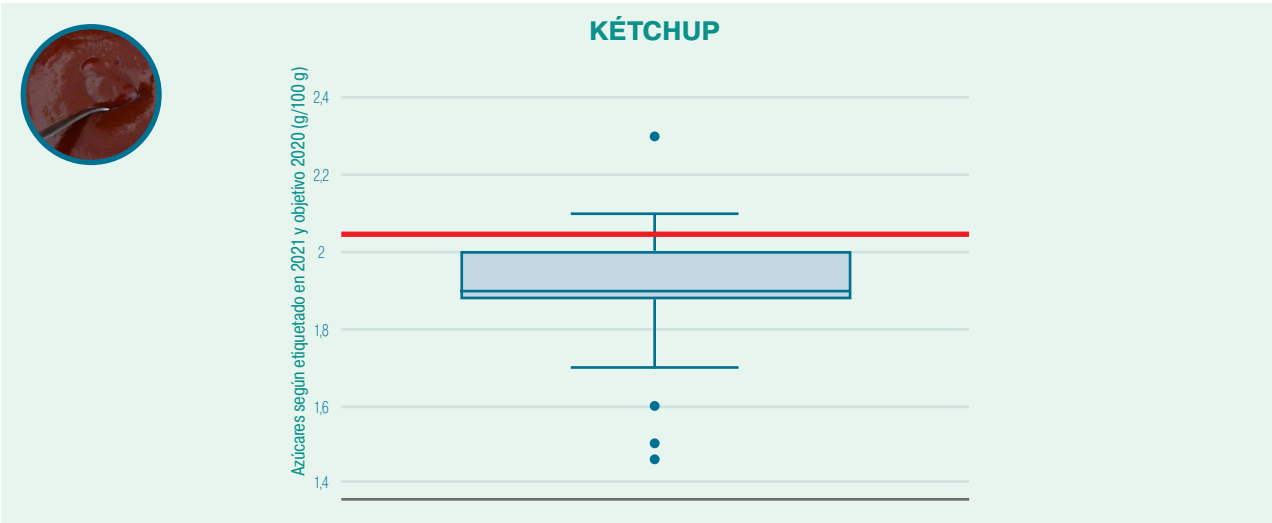
Resultados por subcategorías

SUBCATEGORÍA: KÉTCHUP

CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES						
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN
Azúcares (g/100 g)	23	21,4	20,5	19,0	11,2% (*)	Sí

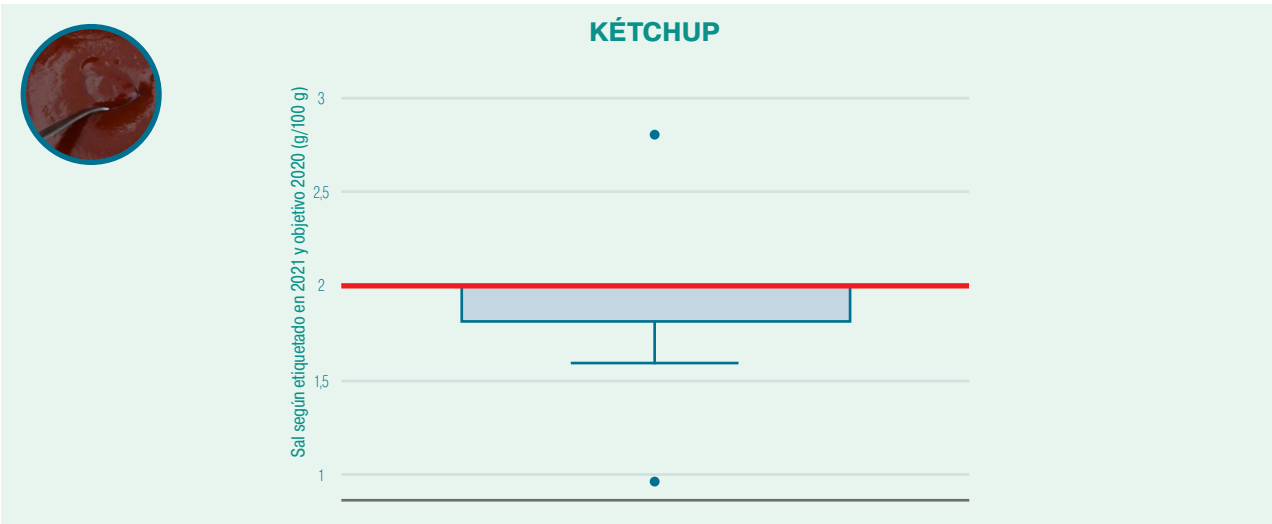
% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
13,0%

(*) Datos de reducción de azúcares totales. Estimación de la reducción de azúcares añadidos 14%.



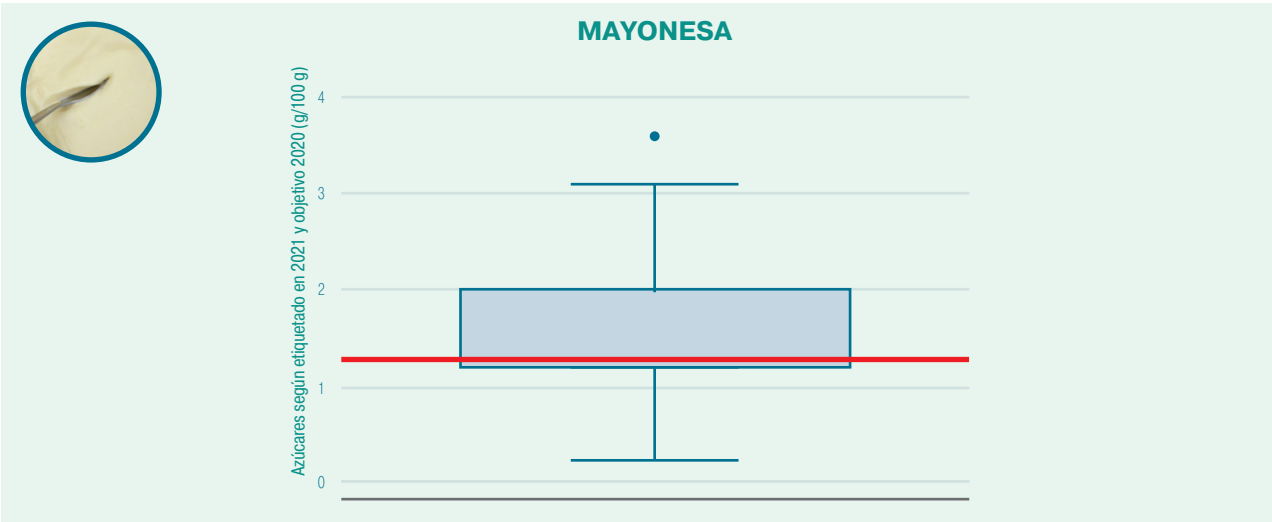
CONTENIDO MEDIANO EN SAL						
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN
Sal (g/100 g)	23	2,1	2,0	2,0	4,8%	Sí

% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
4,3%

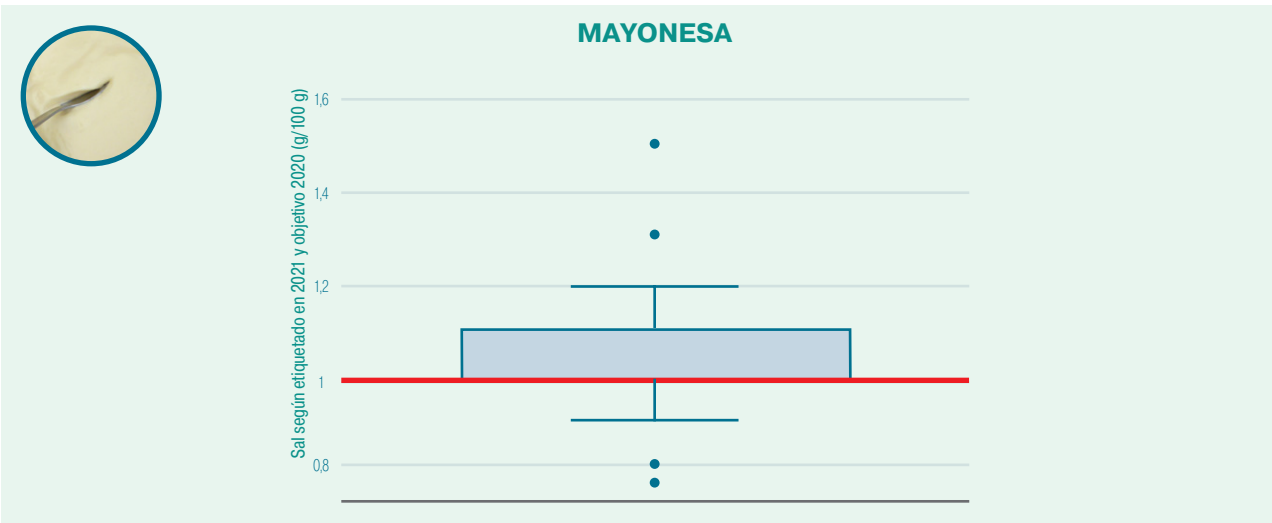


SUBCATEGORÍA: MAYONESA

CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES							
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	38	1,6	1,3	1,3	18,8%	Sí	34,2%



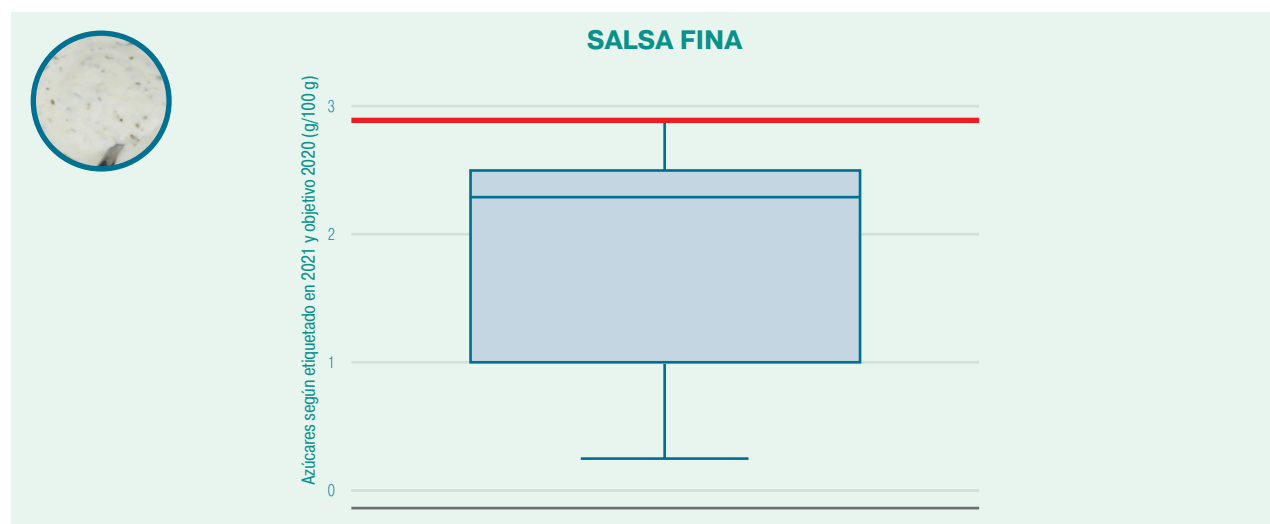
CONTENIDO MEDIANO EN SAL							
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Sal (g/100 g)	38	1,2	1,0	1,0	16,7%	Sí	44,7%



SUBCATEGORÍA: SALSA FINA

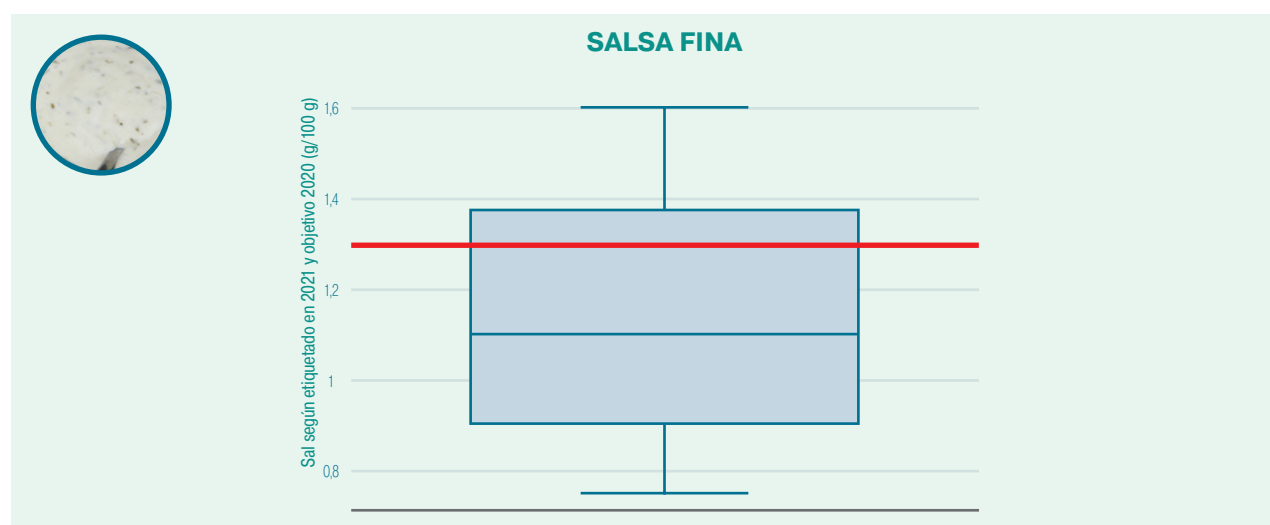
CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES

	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	13	3,0	2,9	2,3	23,3%	Sí	0,0%



CONTENIDO MEDIANO EN SAL

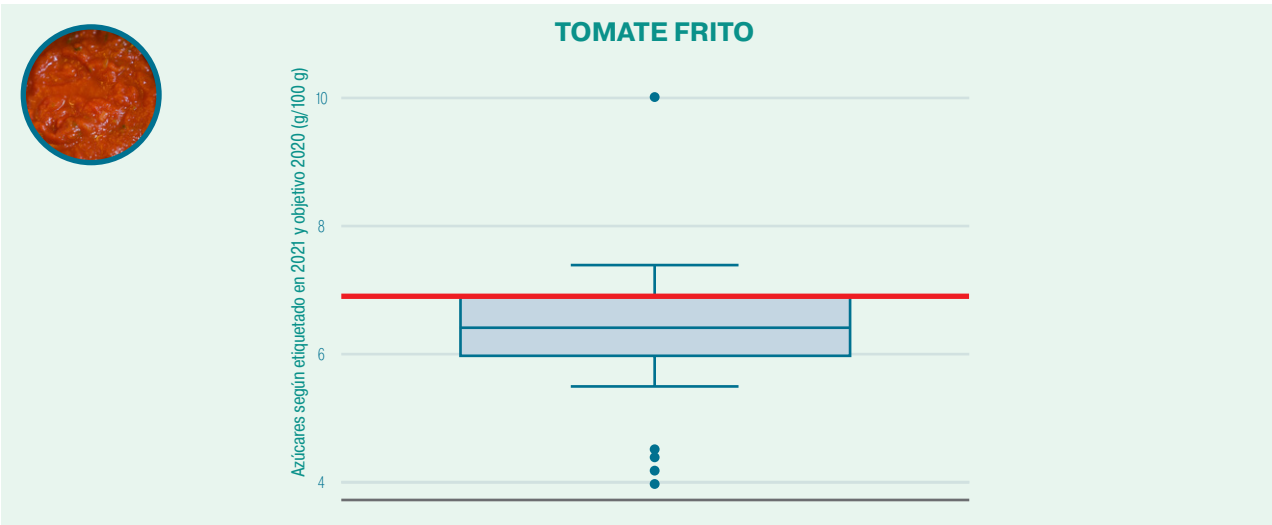
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Sal (g/100 g)	13	1,4	1,3	1,1	21,4%	Sí	30,8%



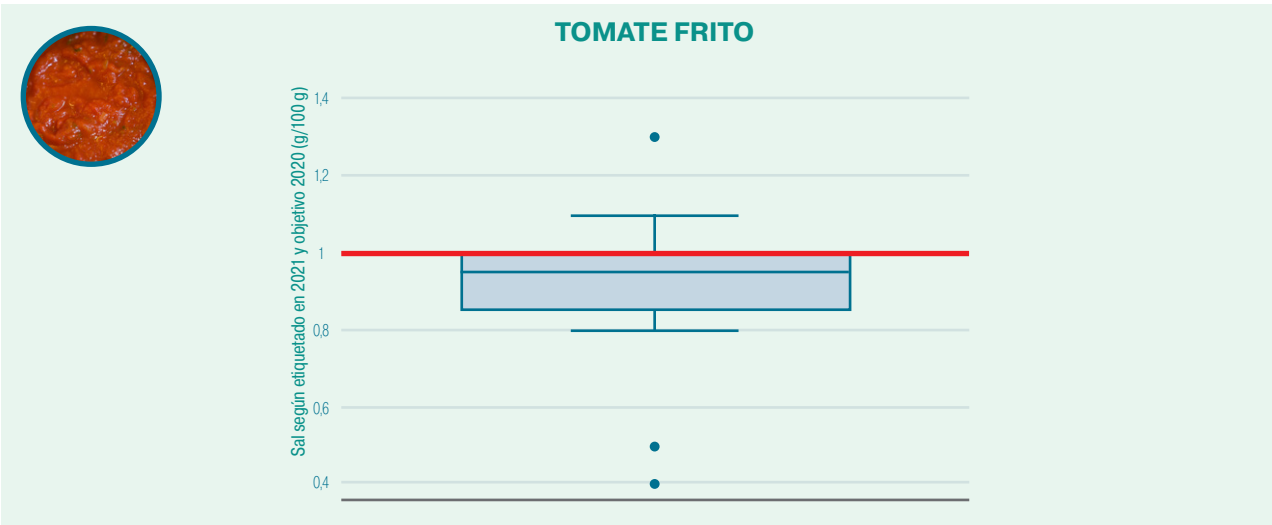
SUBCATEGORÍA: TOMATE FRITO RECETA BÁSICA

CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES						
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN
Azúcares (g/100 g)	39	7,2	6,9	6,4	11,1 (*)	Sí

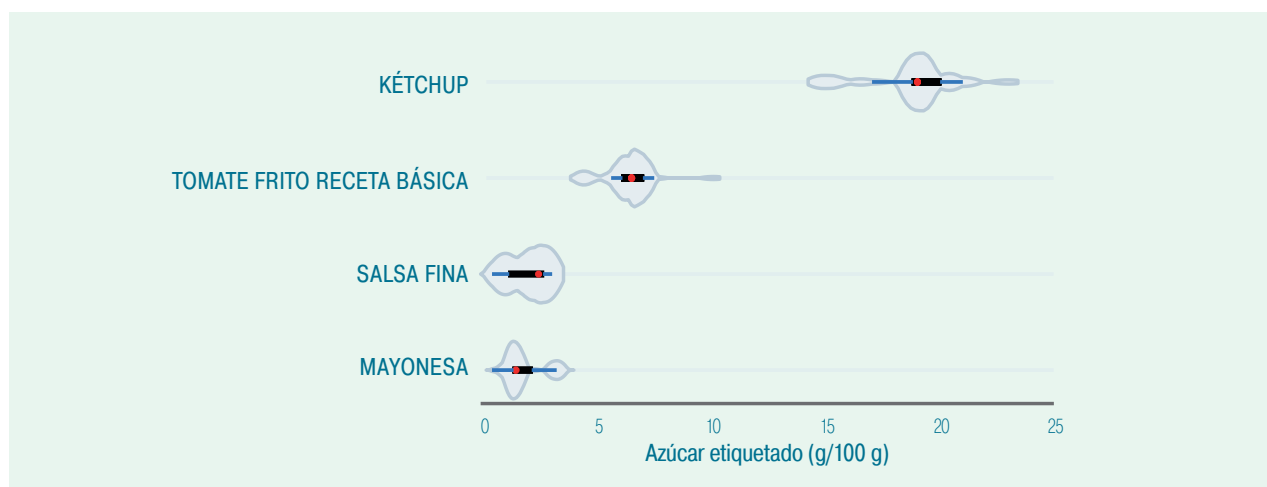
(*) Datos de reducción de azúcares totales. (Estimación de reducción de 26,7% de azúcares añadidos).



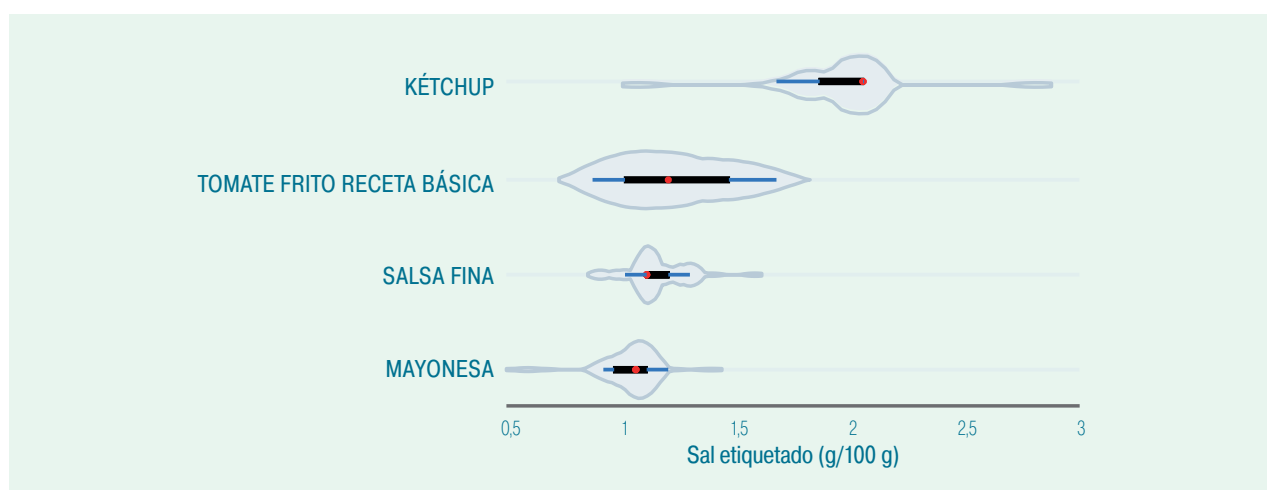
CONTENIDO MEDIANO EN SAL						
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN
Sal (g/100 g)	39	1,1	1,0	1,0	13,6%	Sí



Resumen del contenido en azúcares según etiquetado en la categoría de salsas



Resumen del contenido en sal según etiquetado en la categoría de salsas



MEDIDAS CUALITATIVAS

No se establecieron compromisos cualitativos específicos para el sector de salsas. Los compromisos generales se han evaluado con el resto de los sectores de la fabricación y distribución.

5.3.2.3. Categoría: cremas de verduras

MEDIDAS CUANTITATIVAS

Compromiso

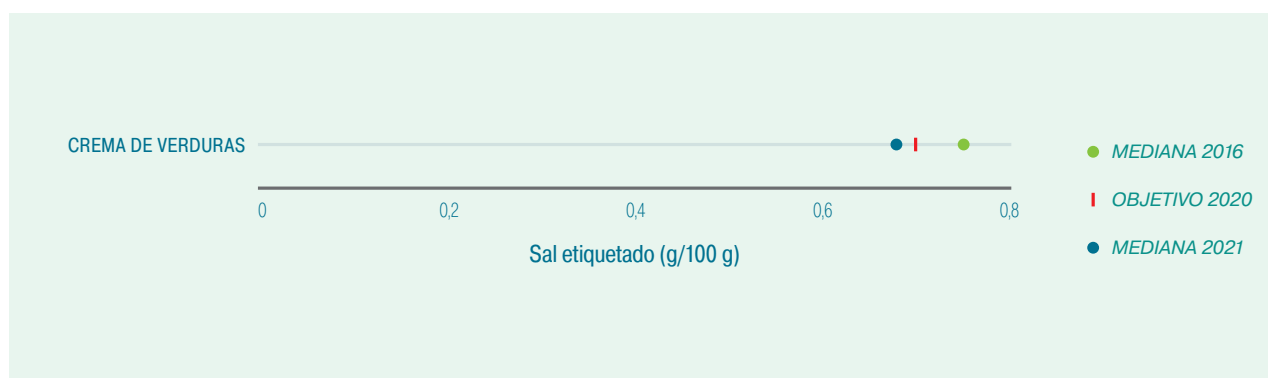
- **Reducción del 6,7% del contenido mediano de sal en cremas de verduras.**

Con relación a la evaluación del cumplimiento de los compromisos del PLAN de la categoría de cremas de verduras los datos del estudio de composición de alimentos de 2021 muestran lo siguiente:

- Reducción del contenido mediano en sal desde 2016.
- Se ha alcanzado el objetivo 2020, además el porcentaje de reducción ha sido ligeramente mayor que el acordado (6,7%).
- El 25% de los productos tienen un contenido en sal superior al objetivo 2020.

Por otro lado, todos los productos cumplen con las tolerancias **(ANEXO 3)** en cuanto al contenido de sal reflejado en el etiquetado.

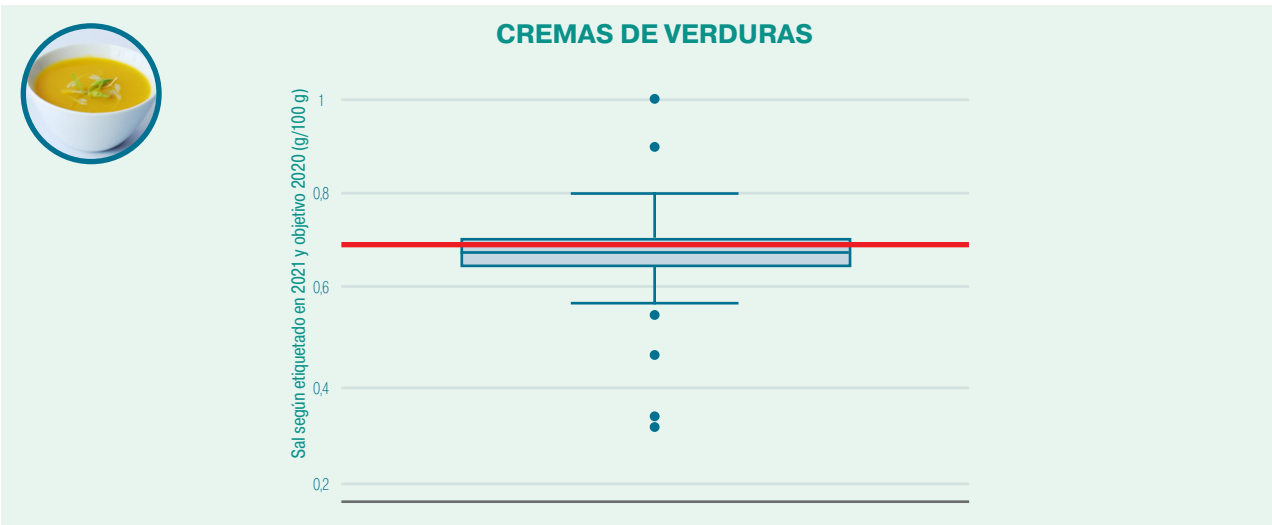
Contenido mediano en sal según etiquetado 2016, objetivo 2020 y etiquetado 2021



Resultados por subcategorías

SUBCATEGORÍA: CREMAS DE VERDURAS

CONTENIDO MEDIANO EN SAL							
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Sal (g/100 g)	44	0,75	0,70	0,68	9,3%	Sí	25,0%



MEDIDAS CUALITATIVAS

No se establecieron compromisos cualitativos específicos para el sector de cremas de verduras. Los compromisos generales se han evaluado con el resto de los sectores de la fabricación y distribución



5.3.2.4. Categoría: helados

MEDIDAS CUANTITATIVAS

Compromiso

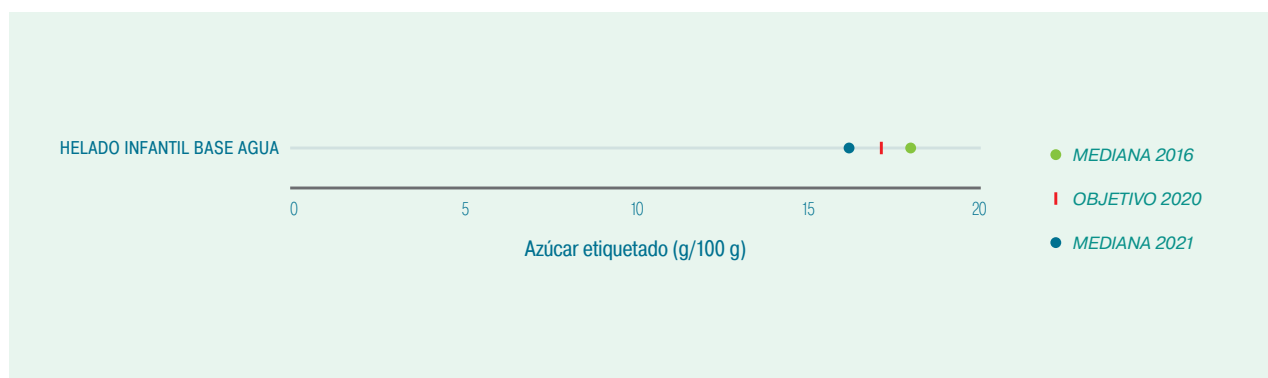
- **Reducción del 5% del contenido mediano de azúcares total en helados infantiles base agua.**

Con relación a la evaluación del cumplimiento de los compromisos del PLAN de la categoría de helados los datos del estudio de composición de alimentos de 2021 muestran lo siguiente:

- **Reducción de un 10% del contenido mediano en azúcares** desde 2016. Esta reducción es mayor a la acordada (5%).
- Se ha alcanzado el objetivo de contenido mediano para 2020.
- 25,7% de los productos que está por encima del objetivo de contenido mediano para 2020.

Por otro lado, todos los productos cumplen con las tolerancias **(ANEXO 3)** en cuanto al contenido de sal reflejado en el etiquetado.

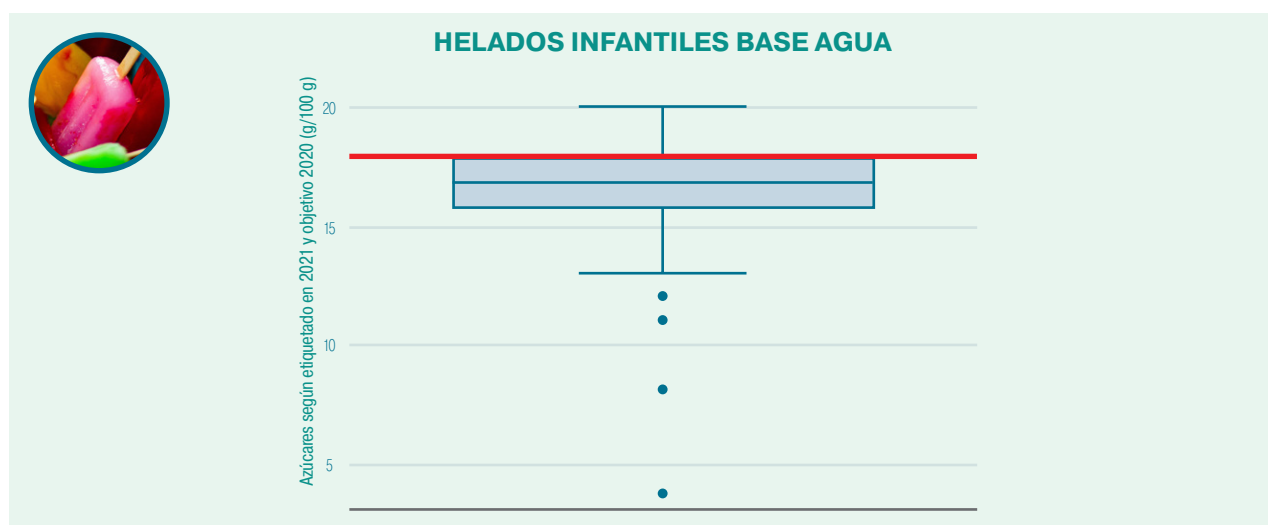
Contenido mediano en azúcares según etiquetado 2016, objetivo 2020 y etiquetado 2021



Resultados por subcategorías

SUBCATEGORÍA: HELADO INFANTIL BASE AGUA

CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES							
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	35	18,9	18	17,0	10,1%	Sí	25,7%



MEDIDAS CUALITATIVAS

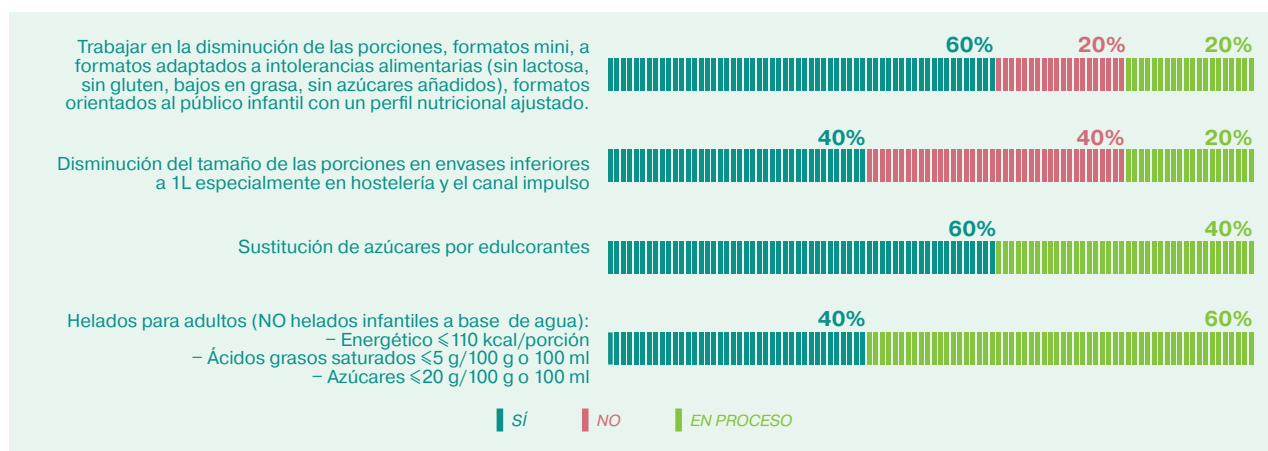
Los compromisos generales se han evaluado con el resto de los sectores de la fabricación y distribución.

Para el grupo de helados se establecieron 4 compromisos específicos con las empresas de fabricación. Se han recibido y evaluado cuestionarios de 5 empresas.

La medida relativa al contenido calórico en helados para adultos es la que mayor número de empresas manifiesta cumplir (60% de las empresas han indicado cumplir con el compromiso y un 40% estar en proceso).

Por el contrario, la reducción de las porciones de consumo en helados para adultos es la medida que mayor número de empresas refiere NO cumplir (40% de las empresas, N=2 empresas). Una empresa ha indicado que trabajan mayoritariamente con producto a granel y la otra empresa indica que ha reducido el tamaño de porción en algún producto.

Evaluación respuestas medidas cualitativas específicas de helados



5.3.2.5. Categoría: aperitivos salados

MEDIDAS CUANTITATIVAS

Compromisos

- **Reducción del contenido mediano en sal del 13,8% en patatas fritas y del 5% en productos de aperitivo.**
- **Reducción del contenido mediano de grasa saturada del 5% en patatas fritas, productos de aperitivo fritos y palomitas para microondas (no se incluyen los productos que ya han reducido el contenido en grasa saturadas).**

Con relación a la evaluación del cumplimiento de los compromisos del PLAN de la categoría de aperitivos salados es importante tener en cuenta que los datos basales son datos del 2015, procedentes de un convenio para reducir el contenido en sal que estaba vigente entre la asociación sectorial que representa a empresas de fabricación del sector de aperitivos salados y la AESAN. Además, con relación a los acuerdos de reducción del contenido en grasa saturada en los datos basales no se incluyeron productos que ya habían sido reformulados reduciendo su contenido en este nutriente.

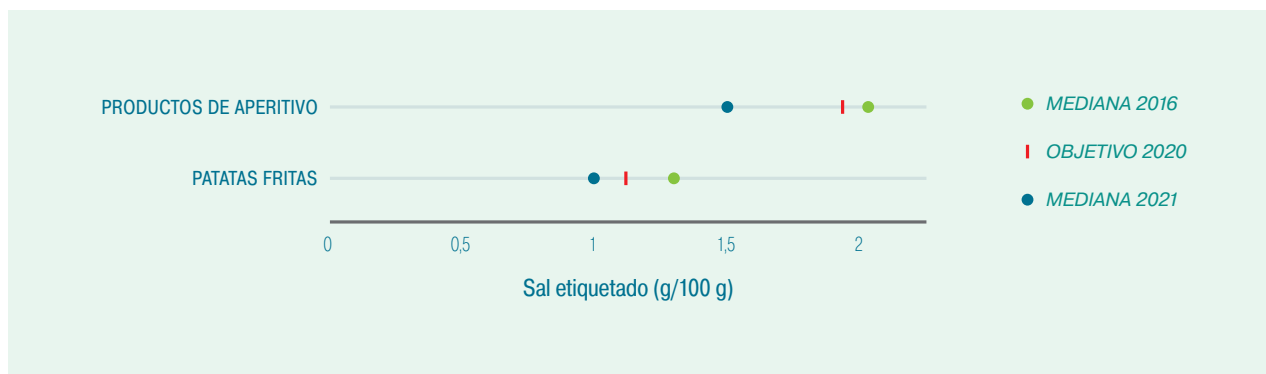
Para el estudio de composición de alimentos de 2021 las empresas han confirmado que los productos seleccionados no habían reducido su contenido en grasa saturada con fecha anterior al establecimiento de los datos basales. Los datos del estudio de composición de alimentos de 2021 muestran lo siguiente:

- Reducción del contenido en sal y grasa saturada en todas las subcategorías analizadas.
- Se han alcanzado el objetivo 2020 en todas las subcategorías. Además, el porcentaje de reducción ha sido mayor que el acordado en los acuerdos de reducción tanto del contenido en sal como en grasa saturada en todas las subcategorías.
- En los acuerdos de sal el porcentaje de productos que está por encima del objetivo 2020 está en torno al 20%. En los acuerdos de grasa saturada la inmensa mayoría de productos han alcanzado el objetivo 2020. En la subcategoría palomitas de microondas todos los productos han alcanzado el objetivo 2020 con relación a la reducción del contenido en grasa saturada.

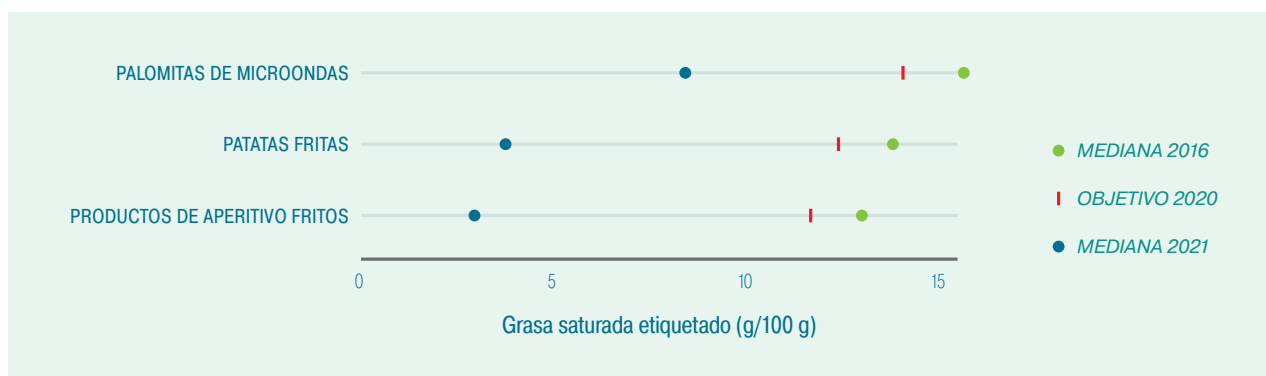
En todos los acuerdos se observan productos que no cumplen con las tolerancias (**ANEXO 3**), aunque en todos ellos el dato de analítica es inferior al dato del etiquetado.



Contenido mediano en sal según etiquetado 2016, objetivo 2020 y etiquetado 2021



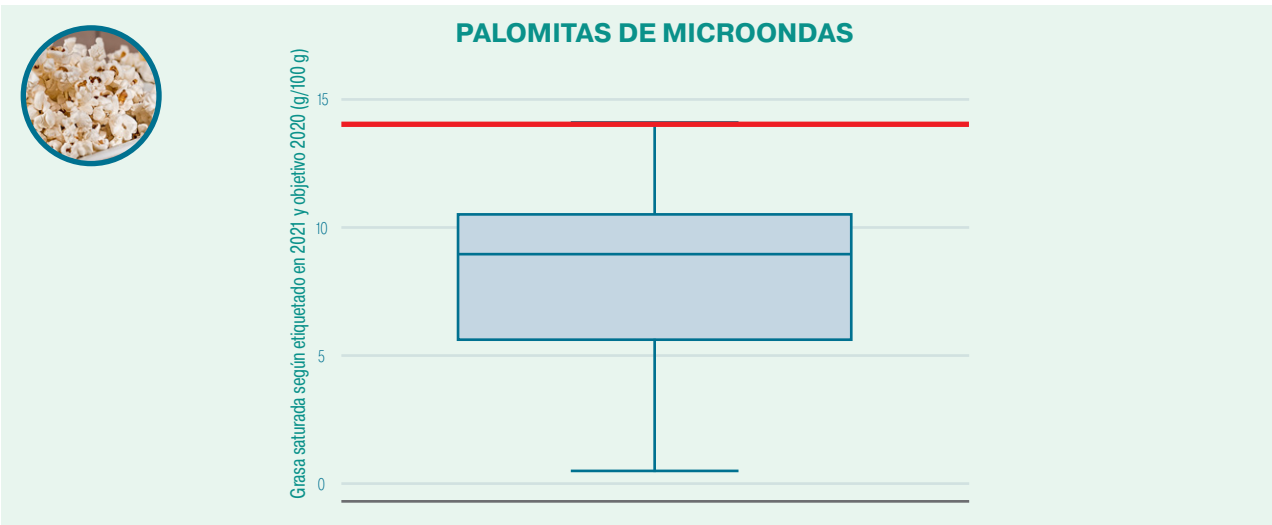
Contenido mediano en grasa saturada según etiquetado 2016, objetivo 2020 y etiquetado 2021



Resultados por subcategorías

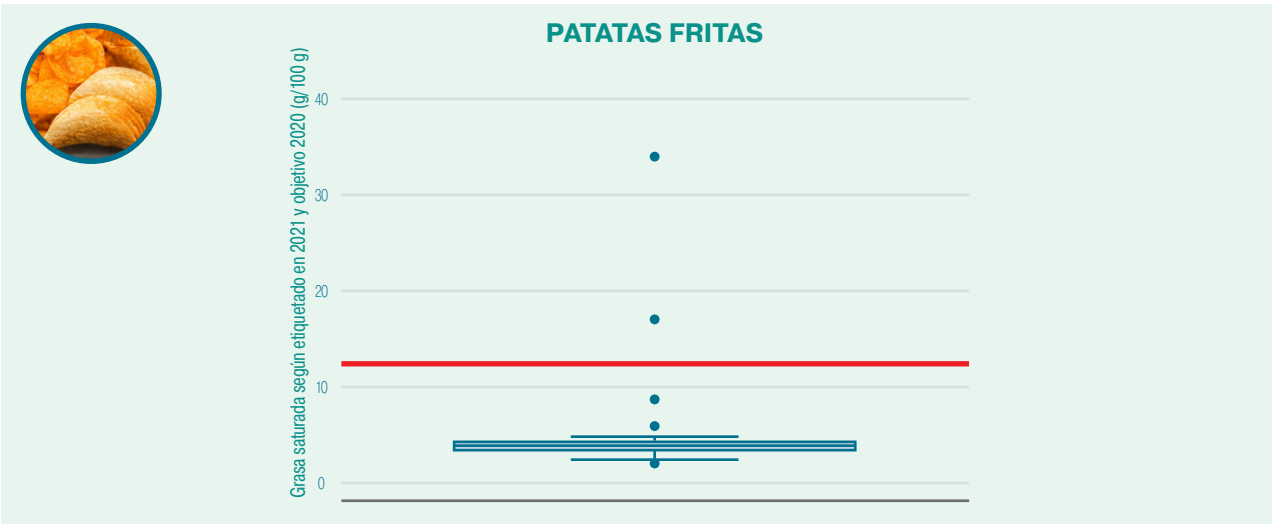
SUBCATEGORÍA: PALOMITAS DE MICROONDAS

CONTENIDO MEDIANO EN GRASA SATURADA							
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Grasa sat. (g/100 g)	26	15,6	14,04	8,4	46,2%	Sí	0,0%



SUBCATEGORÍA: PATATAS FRITAS

CONTENIDO MEDIANO EN GRASA SATURADA							
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Grasa sat. (g/100 g)	91	13,8	12,4	3,8	72,5%	Sí	2,2%

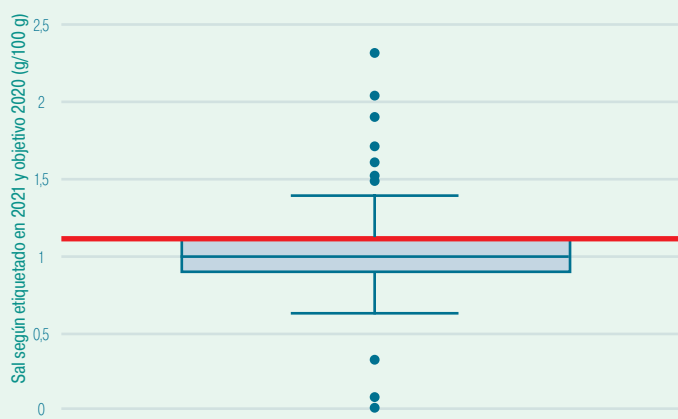


CONTENIDO MEDIANO EN SAL

	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Sal (g/100 g)	156	1,3	1,12	1,00	23,1%	Sí	22,4%



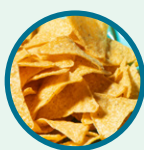
PATATAS FRITAS



SUBCATEGORÍA: PRODUCTOS DE APERITIVO FRITOS

CONTENIDO MEDIANO EN GRASA SATURADA

	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Grasa saturada (g/100 g)	121	13,0	11,7	3,0	76,9%	Sí	1,7%

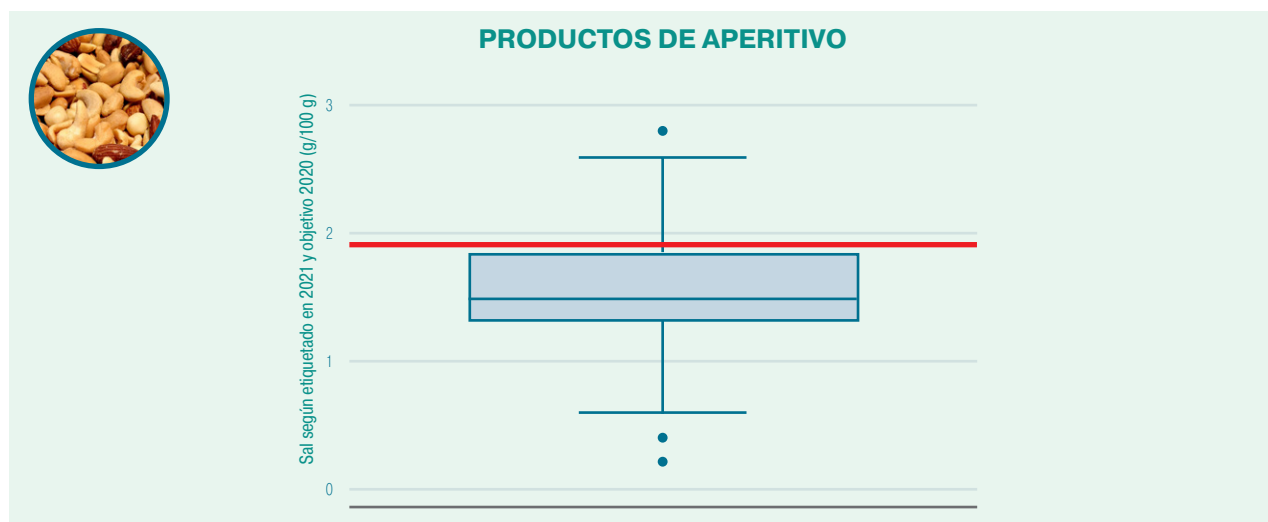


PRODUCTOS DE APERITIVO FRITOS

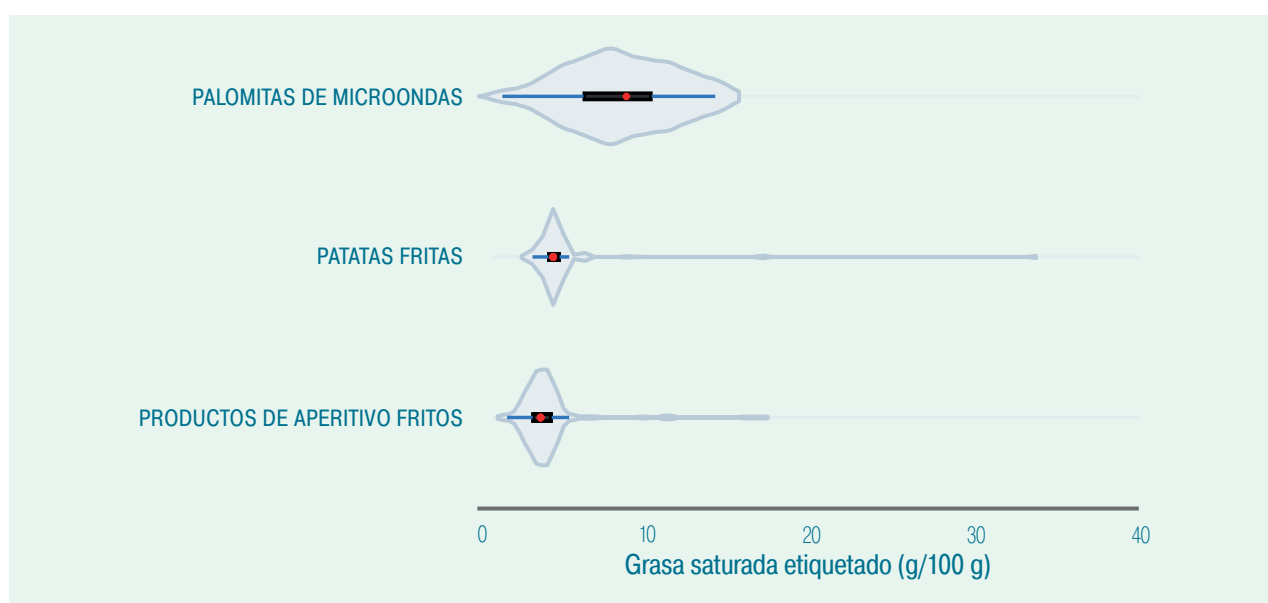


SUBCATEGORÍA: PRODUCTOS DE APERITIVO

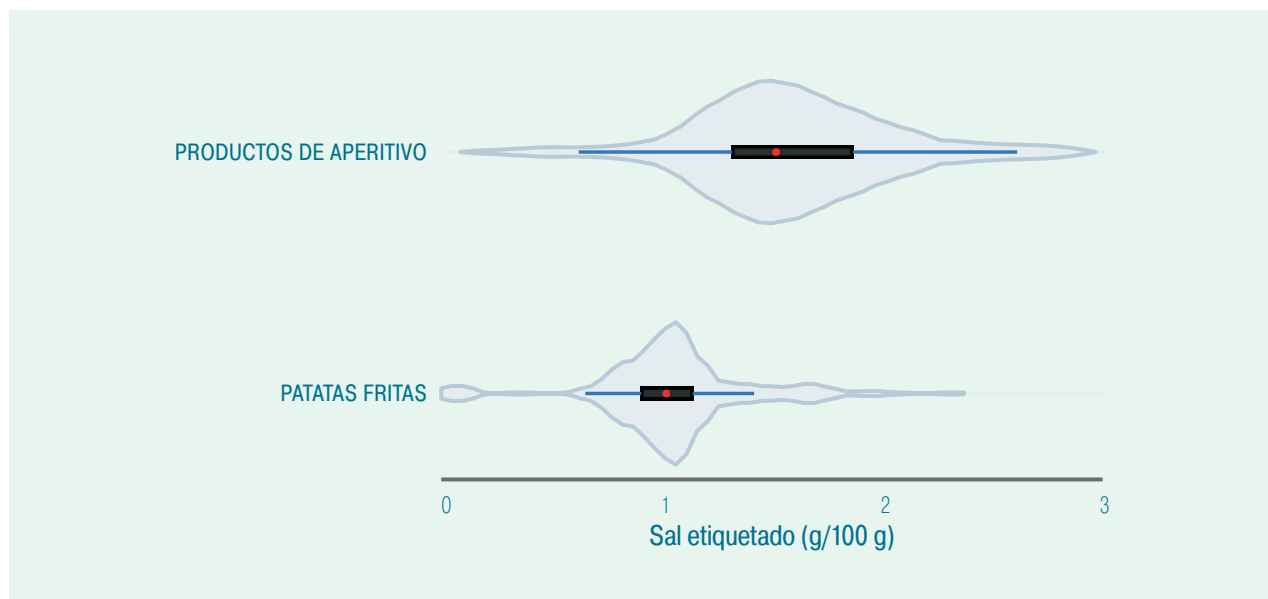
CONTENIDO MEDIANO EN SAL							
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Sal (g/100 g)	65	2,02	1,92	1,50	25,7%	Sí	16,9%



Resumen del contenido en grasa saturada según etiquetado de la categoría aperitivos



Resumen del contenido en sal según etiquetado de la categoría aperitivos

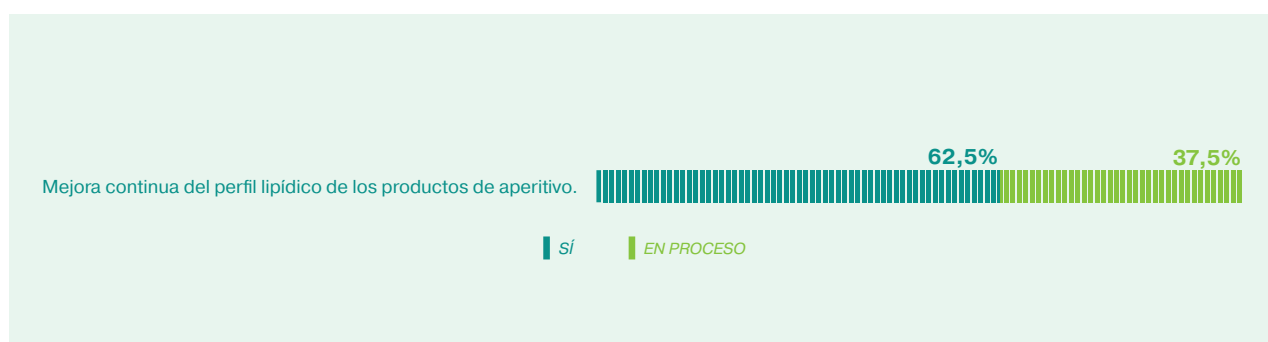


MEDIDAS CUALITATIVAS

Los compromisos generales se han evaluado con el resto de los sectores de la fabricación y distribución.

Para el grupo de aperitivos salados se estableció 1 compromiso específico con las empresas de fabricación. Se han recibido cuestionarios de 9 empresas y se han evaluado 8 de ellos puesto que 1 empresa no ha indicado la conformidad de la veracidad de los datos.

La mayoría de las empresas (62,5%) manifiesta cumplir con la mejora continua del perfil lipídico en los productos de aperitivo, mientras que el resto (37,5%) indica estar en proceso.



5.3.2.6. Categoría: néctares de frutas

MEDIDAS CUANTITATIVAS

Compromiso

- **Reducción del 10% del contenido de azúcares añadidos en néctares de melocotón, naranja y piña sin edulcorantes.**

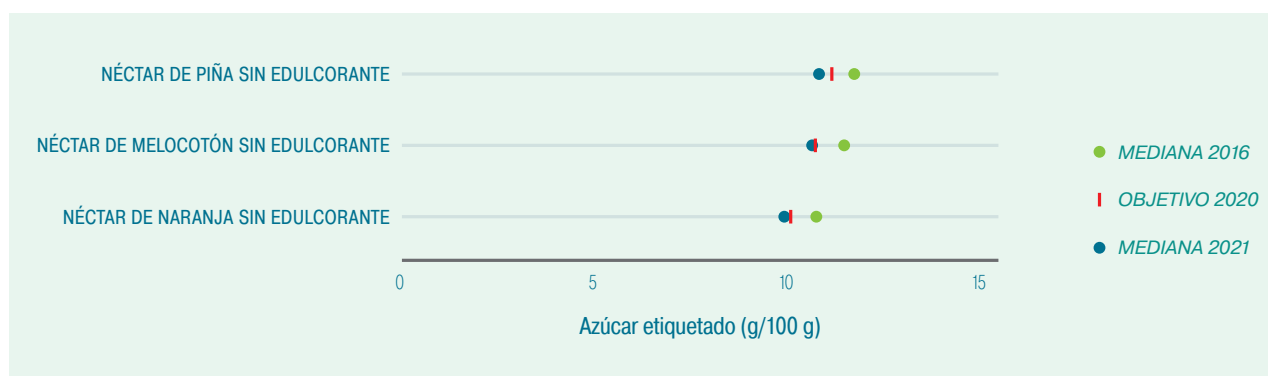
Con relación a la evaluación del cumplimiento de los compromisos del PLAN de la categoría de néctares es importante tener en cuenta que para establecer los datos basales en 2016 y los objetivos 2020 no se tuvieron en cuenta productos que contenían edulcorantes.

Para el estudio de composición de alimentos de 2021 las empresas han confirmado que los productos seleccionados no tenían edulcorantes en 2016. Los datos este estudio muestran lo siguiente:

- Reducción del contenido en azúcares añadidos en todas las subcategorías analizadas.
- Se ha alcanzado el objetivo 2020 en todas las subcategorías. Además, el porcentaje de reducción de azúcares ha sido mayor que el acordado en todas las subcategorías.
- En la subcategoría néctar de piña sin edulcorantes todos los productos han alcanzado el objetivo 2020 con relación al contenido en azúcares.
- El porcentaje de productos cuyo contenido en azúcares es superior al objetivo 2020 es un 28,6% en la subcategoría néctar de melocotón sin edulcorantes y un 20% en la de néctar de naranja. Sin embargo, estos productos no están muy alejados del objetivo 2020, especialmente los néctares de naranja.

Por otro lado, todos los productos cumplen con las tolerancias (**ANEXO 3**) en cuanto al contenido de azúcares totales reflejado en el etiquetado.

Contenido mediano en azúcar según etiquetado 2016, objetivo 2020 y etiquetado 2021

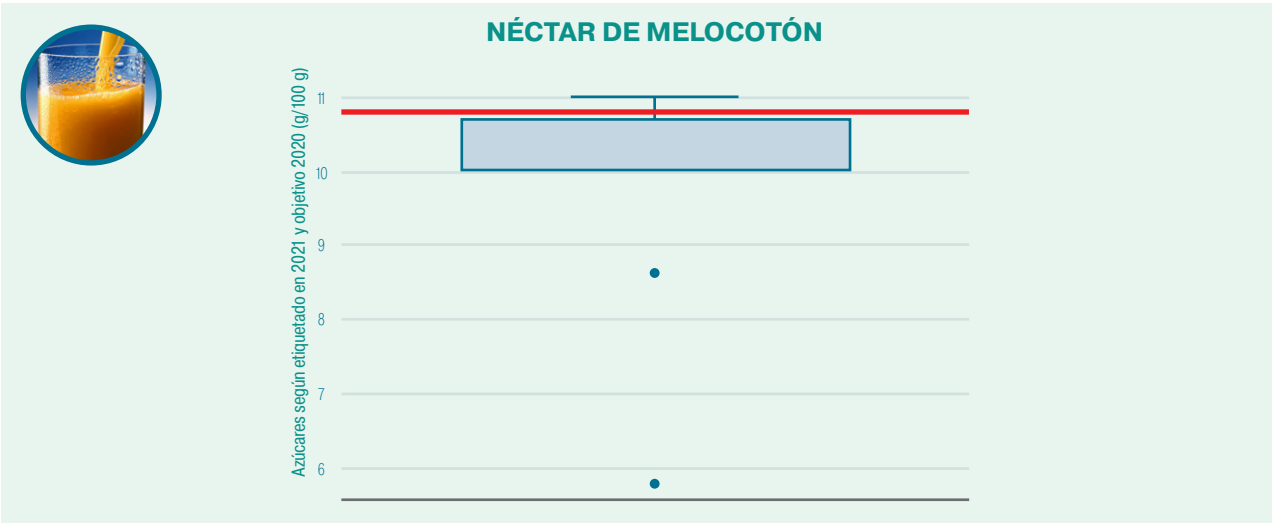


Resultados por subcategorías

SUBCATEGORÍA: NÉCTAR DE MELOCOTÓN SIN EDULCORANTES

CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES							
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	9	11,5	10,76	10,7	7,0% (*)	Sí	28,6%

(*) Dato de reducción de azúcares totales. Estimación de reducción de azúcares añadidos: 10,8% néctar de melocotón.

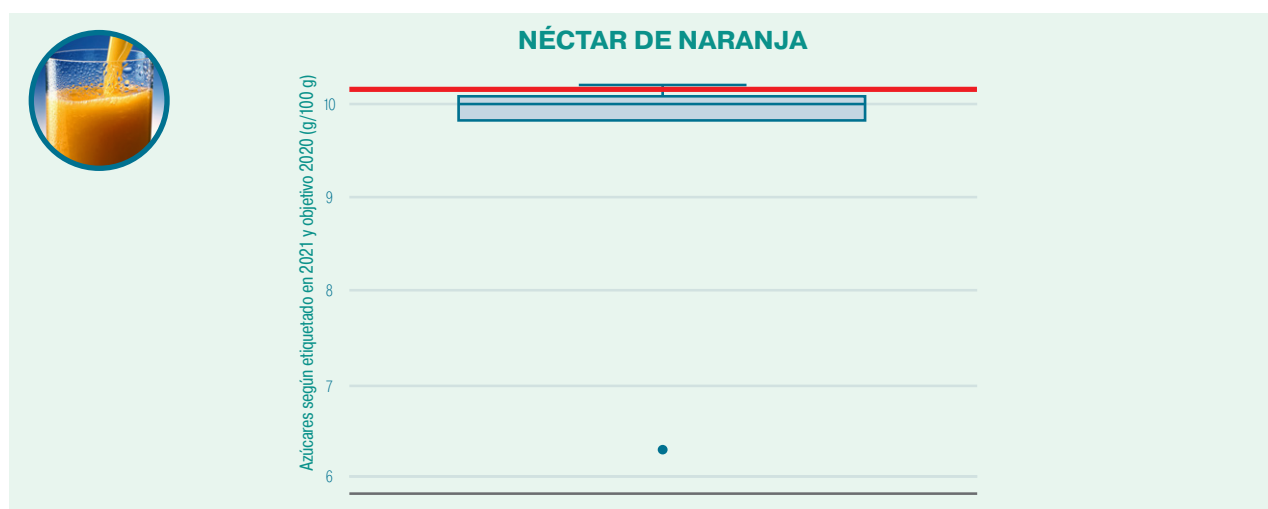


SUBCATEGORÍA: NÉCTAR DE NARANJA SIN EDULCORANTES

CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES

	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	5	10,75	10,16	10,0	7,0% (*)	Sí	20,0%

(*) Dato de reducción de azúcares totales. Estimación de reducción de azúcares añadidos: 12,7% néctar de naranja.

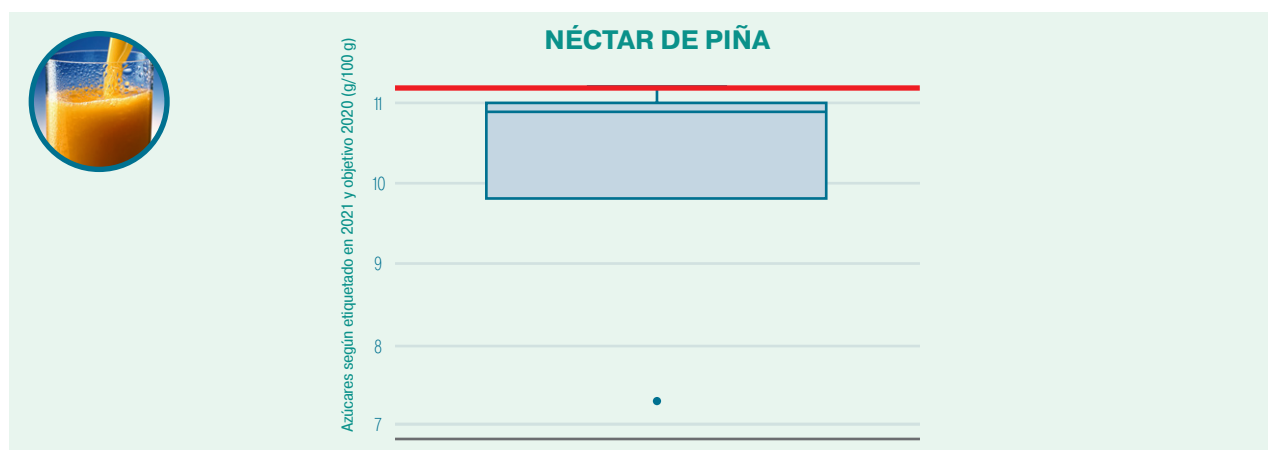


SUBCATEGORÍA: NÉCTAR DE PIÑA SIN EDULCORANTES

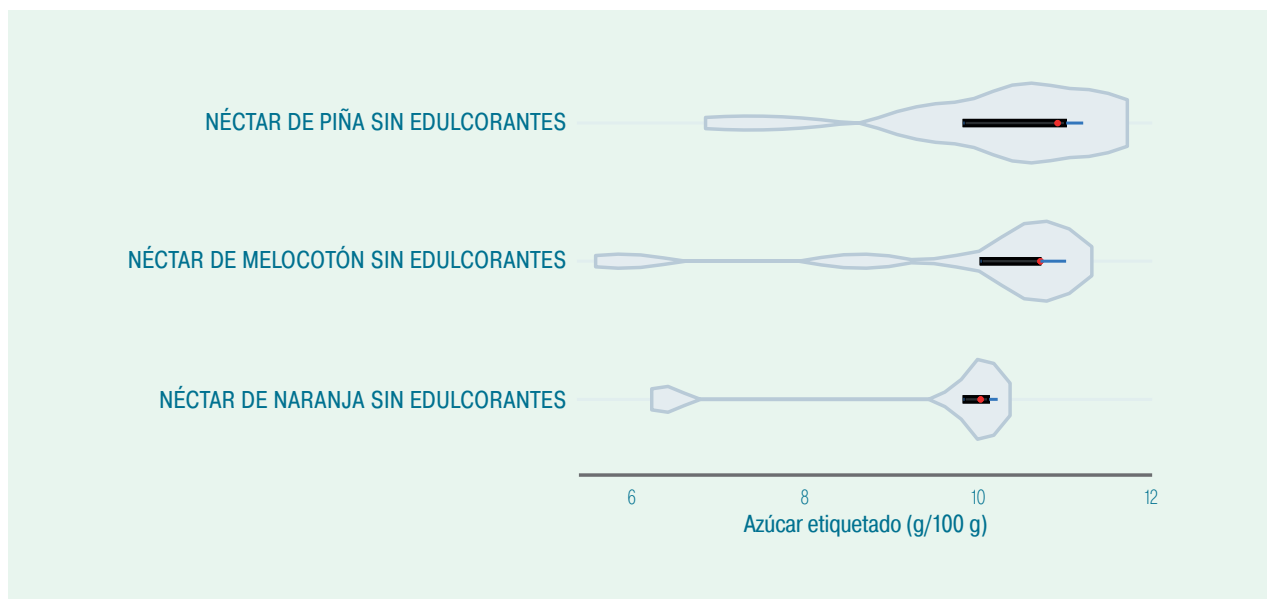
CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES

	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	9	11,8	11,2	10,9	7,6% (*)	Sí	0,0%

(*) Dato de reducción de azúcares totales. Estimación de reducción de azúcares añadidos: 15% en el néctar de piña.



Resumen del contenido en azúcares según etiquetado de la categoría néctares de frutas



MEDIDAS CUALITATIVAS

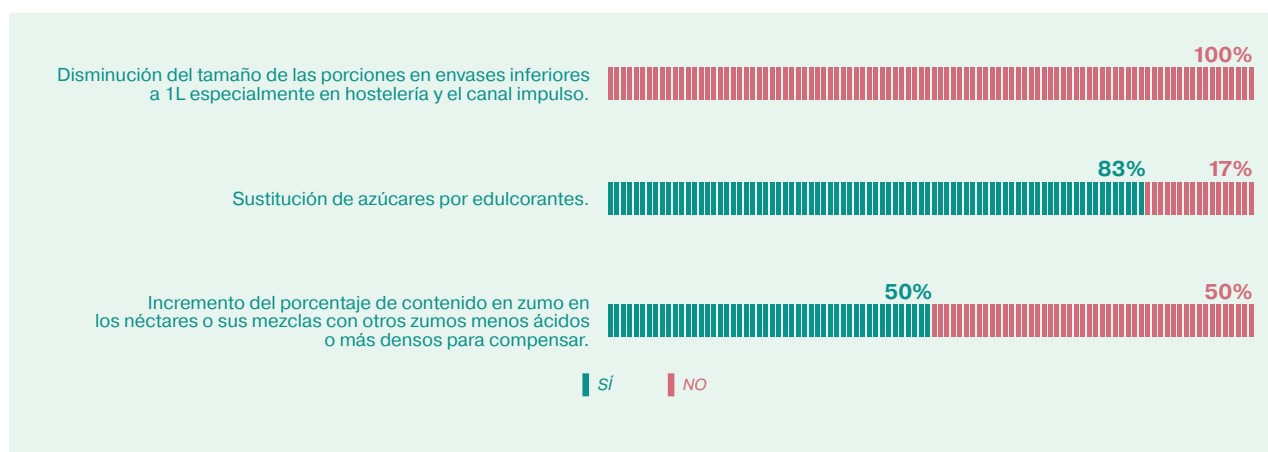
Los compromisos generales se han evaluado con el resto de los sectores de la fabricación y distribución.

Para el grupo de néctares se establecieron 3 compromisos específicos con las empresas de fabricación. Se han recibido y evaluado cuestionarios de 6 empresas.

Todas las empresas han contestado NO al compromiso sobre reducir el tamaño de porción en envases inferiores a 1L, puesto que ya se había acordado de forma previa al PLAN establecerlo en 200 ml por considerar este volumen equivalente a un vaso de producto.

El 50% de las empresas indican haber incrementado el porcentaje de contenido en zumo en los néctares o sus mezclas con otros zumos menos ácidos o más densos para compensar. El otro 50% de las empresas han respondido NO, pero comentan haber reducido el contenido de azúcares añadidos en sus productos. Por otro lado, el 83% de las empresas manifiestan haber sustituido azúcares por edulcorantes.

Evaluación respuestas medidas cualitativas específicas de néctares



5.3.2.7. Categoría: *bollería y pastelería*

MEDIDAS CUANTITATIVAS

Compromisos

- **Reducción del 5% del contenido mediano de azúcares totales en pastelito relleno con cobertura, pastelito relleno sin cobertura, bollo relleno sin cobertura, bollo sin relleno, rosquillas sin cobertura, rosquillas con cobertura, croissants y magdalenas.**
- **Reducción del 5% del contenido mediano de grasa saturada en rosquillas sin cobertura, rosquillas con cobertura y bollo con pepitas de chocolate.**

Con relación a la evaluación del cumplimiento de los compromisos del PLAN de la categoría de bollería y pastelería los datos del estudio de composición de alimentos de 2021 muestran lo siguiente:

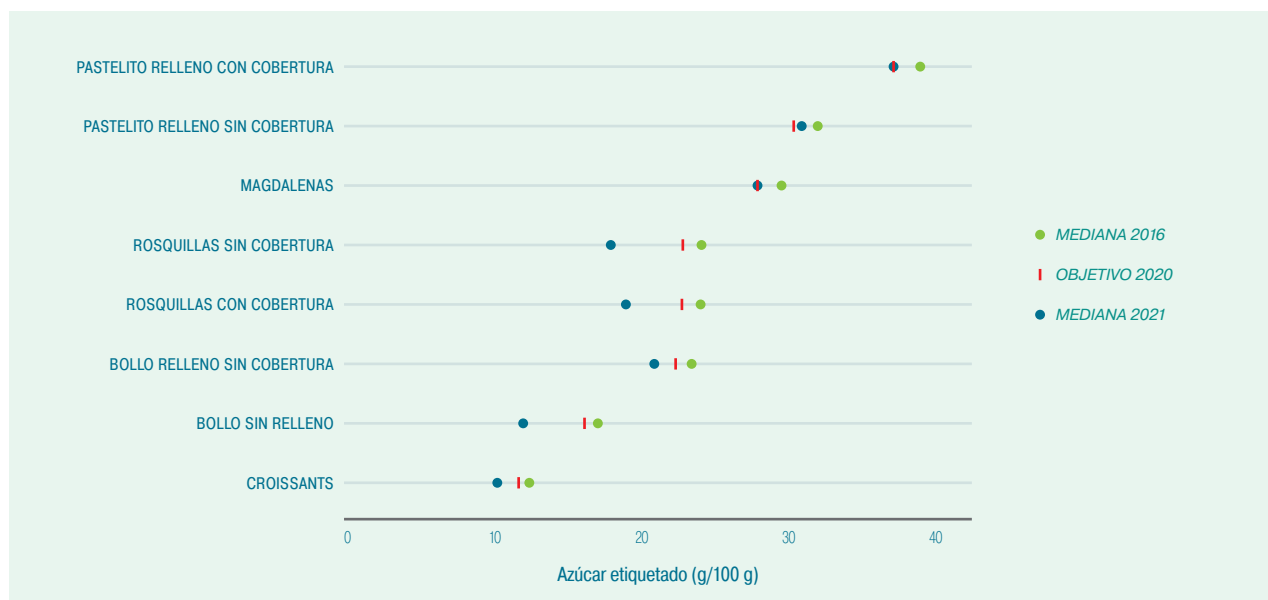
- En todas las subcategorías se observa una reducción del contenido en azúcares. En algunas subcategorías el porcentaje de reducción ha sido mayor que el acordado, especialmente bollo sin relleno (29%), rosquillas sin cobertura (25%) y rosquillas con cobertura (20%).
- En todas las subcategorías, excepto en pastelito relleno sin cobertura, se alcanzado el objetivo 2020.
- Se observa variabilidad entre las distintas subcategorías en cuanto al porcentaje de productos cuyo contenido en azúcares es mayor al objetivo 2020, desde un 80% (pastelito relleno sin cobertura) a un 5,3% de productos (bollo sin relleno).
- En todas las subcategorías se observa una reducción del contenido en grasas saturadas. Bollo con pepitas de chocolate es la subcategoría que más ha reducido (45,5%).
- En todas las subcategorías se ha alcanzado el objetivo 2020, en base a una reducción más amplia que la acordada, excepto en rosquillas sin cobertura que se ha reducido el porcentaje acordado.
- Se observa variabilidad entre las distintas subcategorías en cuanto al porcentaje de productos cuyo contenido en grasa saturada es superior al objetivo 2020, desde un 50% (rosquillas sin cobertura) a un 6,7% (bollo con pepitas de chocolate).

Con relación al contenido en azúcares declarado en el etiquetado en 5 subcategorías se observan productos que no cumplen con las tolerancias (**ANEXO 3**) y en 4 el dato de analítica es superior al dato del etiquetado.

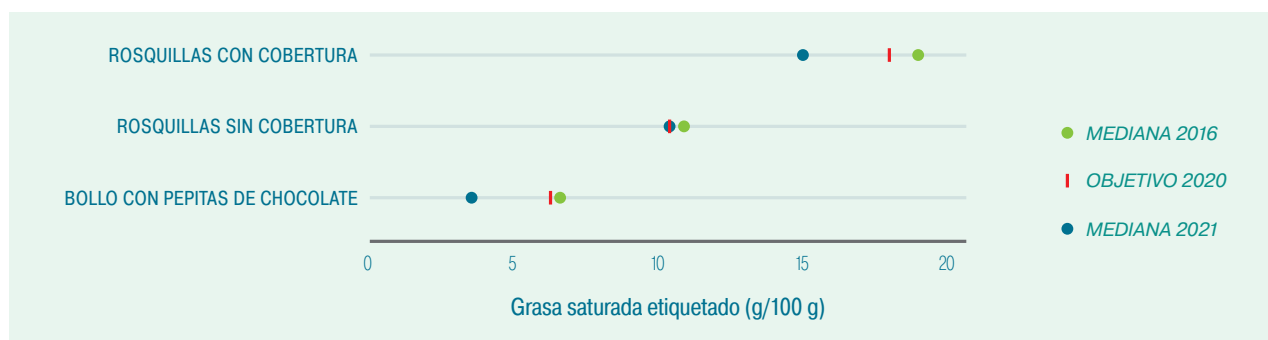


En todas las subcategorías analizadas se cumplen las tolerancias (**ANEXO 3**) en cuanto al dato de grasa saturada en el etiquetado.

Contenido mediano en azúcares según etiquetado 2016, objetivo 2020 y etiquetado 2021



Contenido mediano en grasa saturada según etiquetado 2016, objetivo 2020 y etiquetado 2021

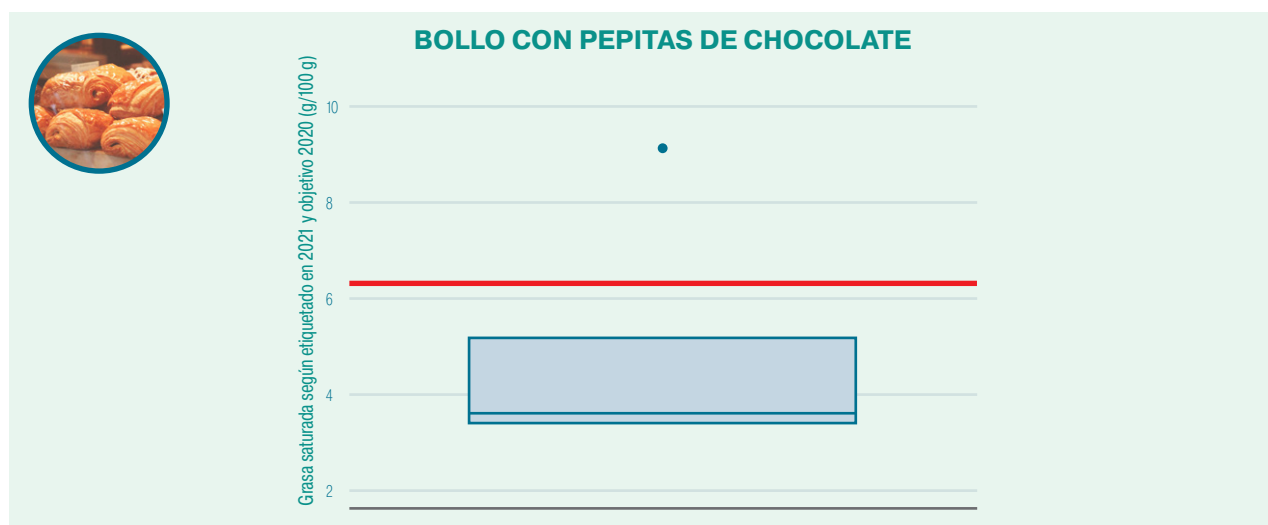


Resultados por subcategorías

SUBCATEGORÍA: BOLLO CON PEPITAS DE CHOCOLATE

CONTENIDO MEDIANO EN GRASA SATURADA

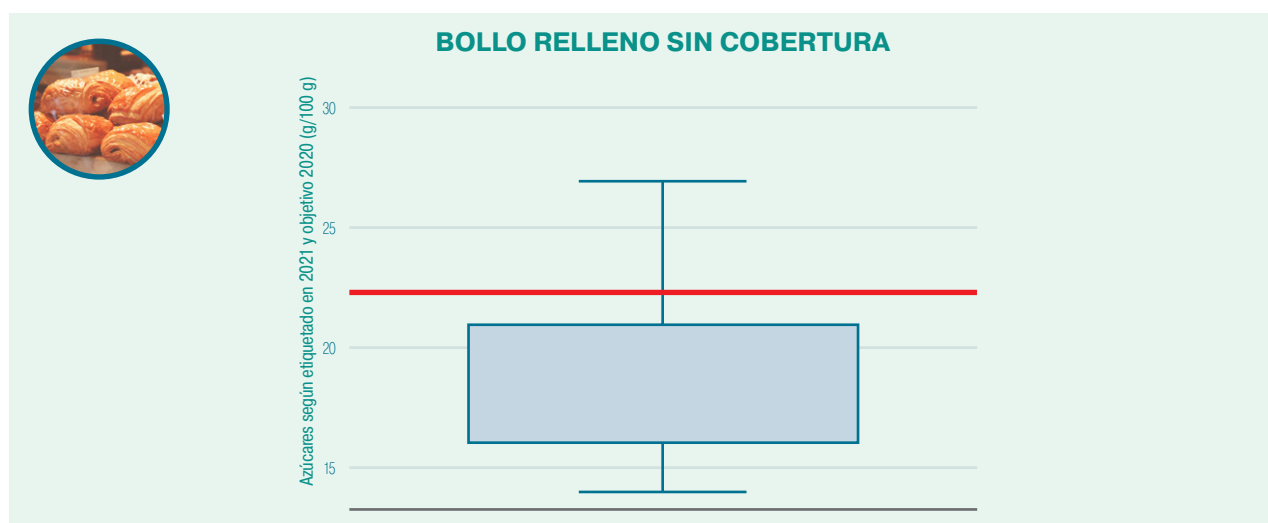
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Grasa saturada (g/100 g)	15	6,6	6,3	3,6	45,5%	Sí	6,7%



SUBCATEGORÍA: BOLLO RELLENO SIN COBERTURA

CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES

	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	10	23,5	22,3	21,0	10,6%	Sí	10,0%



SUBCATEGORÍA: BOLLO SIN RELLENO

CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES

	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	19	17	16,2	12,0	29,4%	Sí	5,3%



BOLLO SIN RELLENO



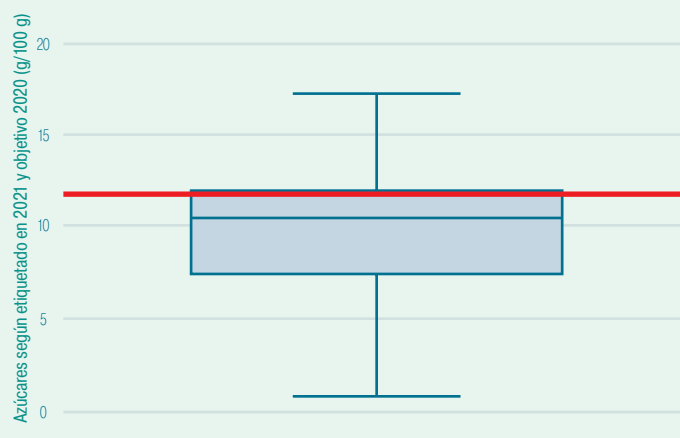
SUBCATEGORÍA: CROISSANTS

CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES

	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	36	12,4	11,8	10,4	16,1%	Sí	27,8%



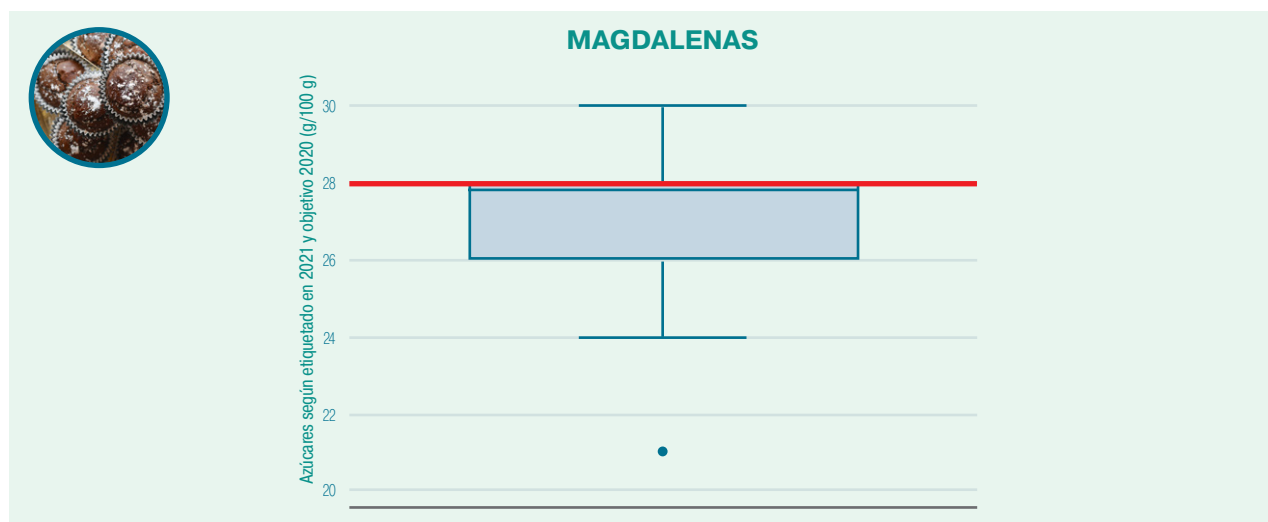
CROISSANTS



SUBCATEGORÍA: MAGDALENAS

CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES

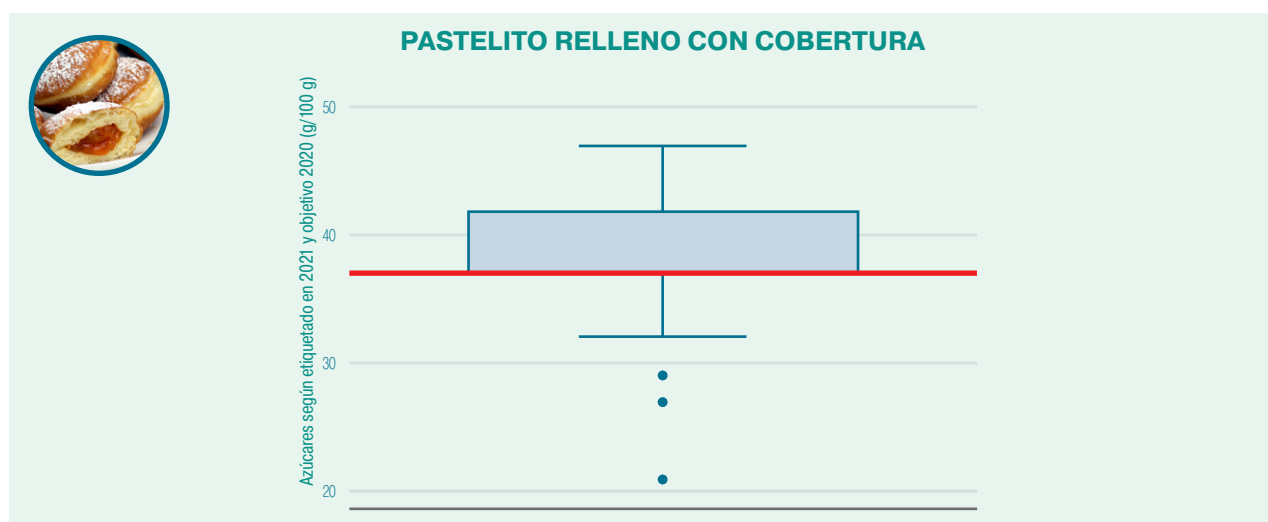
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	54	29,5	28	27,9	5,4%	Sí	7,4%



SUBCATEGORÍA: PASTELITO RELLENO CON COBERTURA

CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES

	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	37	39	37,1	37,1	4,9%	Sí	43,2%



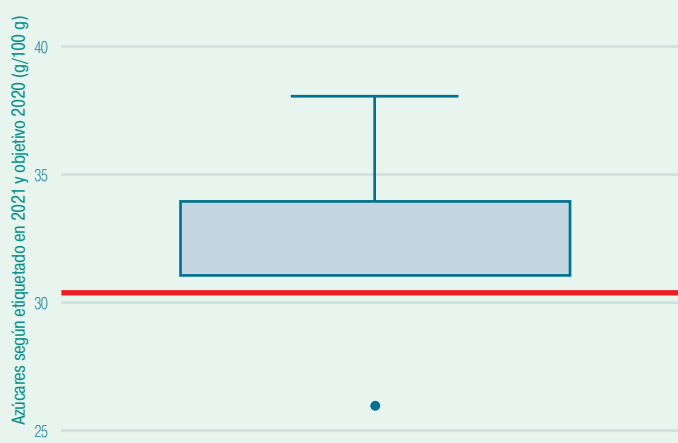
SUBCATEGORÍA: PASTELITO RELLENO SIN COBERTURA

CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES

	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	5	32	30,4	31,0	3,1%	No	80,0%



PASTELITO RELLENO SIN COBERTURA



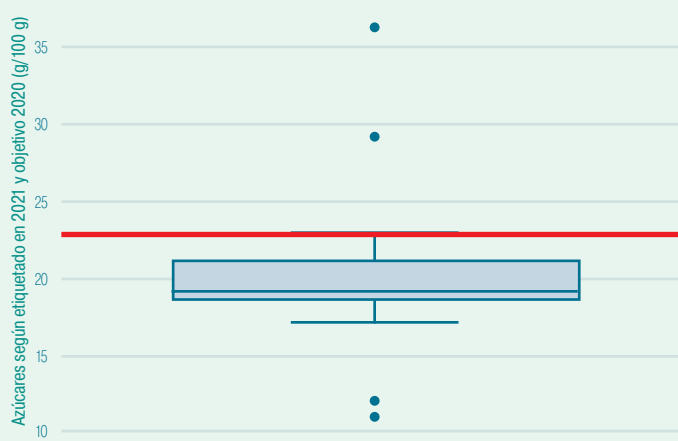
SUBCATEGORÍA: ROSQUILLAS CON COBERTURA

CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES

	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	16	24	22,8	19,0	20,8%	Sí	12,5%



ROSQUILLAS CON COBERTURA

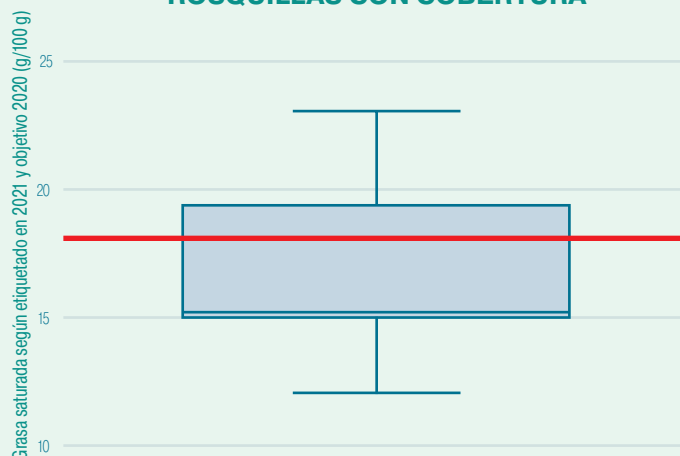


CONTENIDO MEDIANO EN GRASA SATURADA

	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Grasa saturada (g/100 g)	16	19	18,1	15,2	20,3%	Sí	25,0%



ROSQUILLAS CON COBERTURA



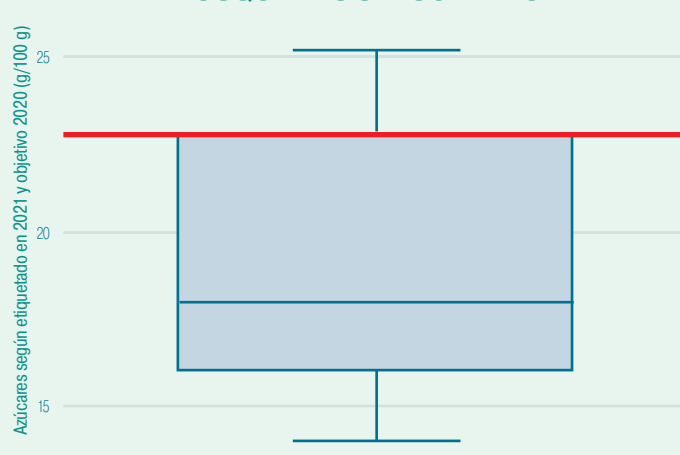
SUBCATEGORÍA: ROSQUILLAS SIN COBERTURA

CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES

	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	12	24	22,8	18,0	25,0%	Sí	25,0%



ROSQUILLAS SIN COBERTURA

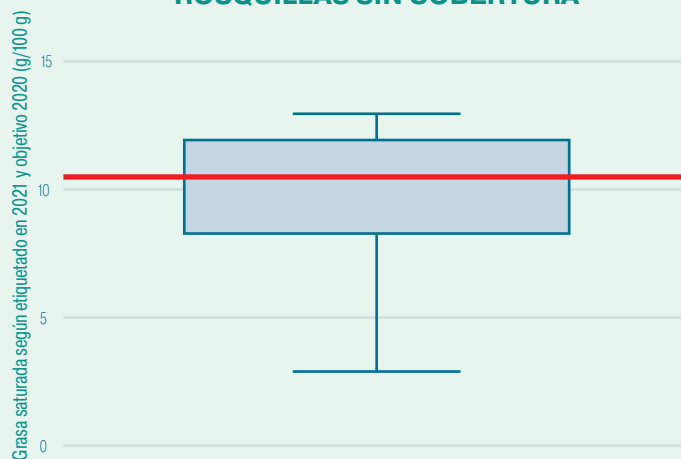


CONTENIDO MEDIANO EN GRASA SATURADA

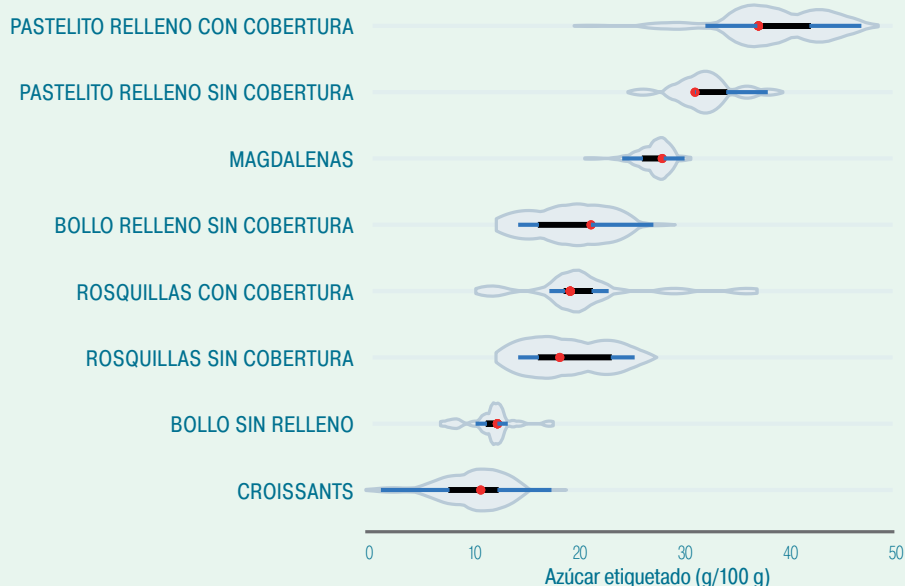
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Grasa saturada (g/100 g)	12	11	10,5	10,5	4,5%	Sí	50,0%



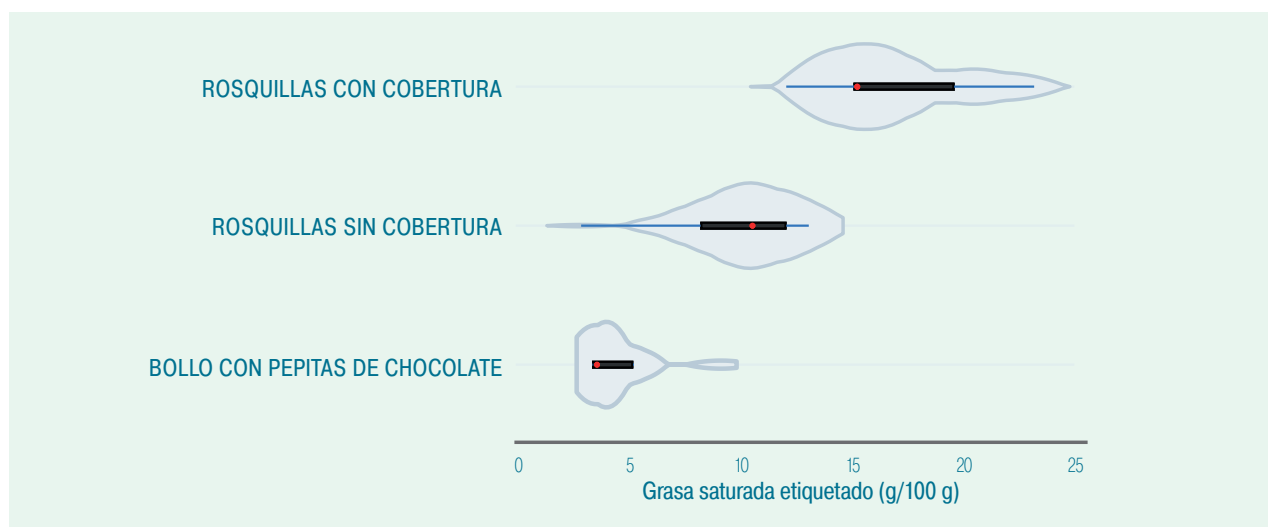
ROSQUILLAS SIN COBERTURA



Resumen del contenido en azúcares según etiquetado de la categoría bollería y pastelería



Resumen del contenido en grasa saturada según etiquetado de la categoría bollería y pastelería



MEDIDAS CUALITATIVAS

Los compromisos generales se han evaluado con el resto de los sectores de la fabricación y distribución.

Para el grupo de bollería y pastelería se establecieron 5 compromisos cualitativos específicos con las empresas de fabricación. Se han recibido y evaluado cuestionarios de 12 empresas.

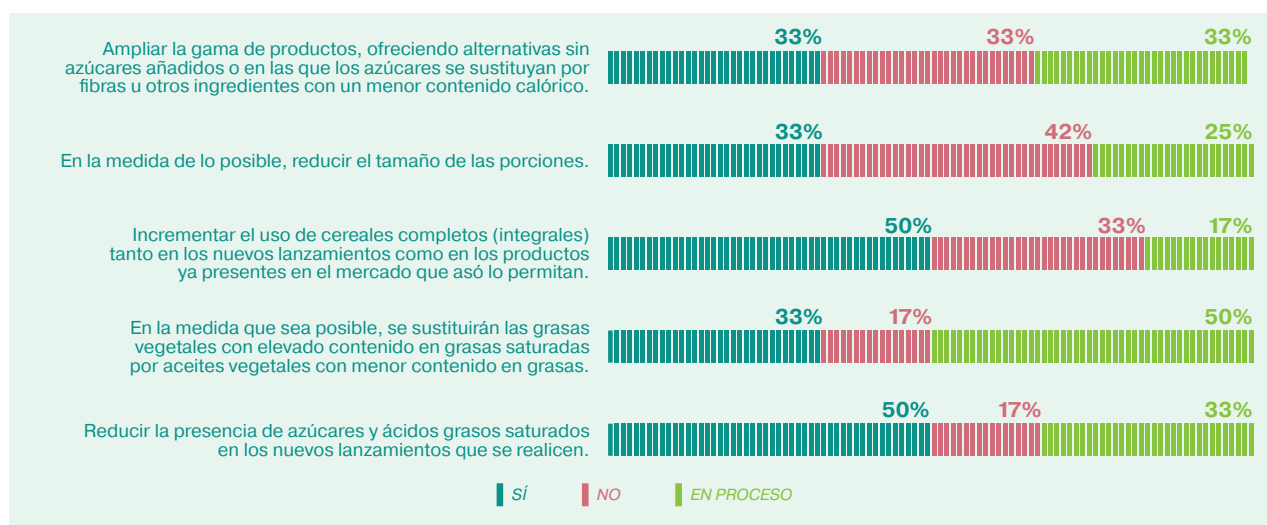
El compromiso que mayor número de empresas manifiestan cumplir es el de reducir la presencia de azúcares y ácidos grasos saturados en los nuevos lanzamientos que se realicen, para el cual el 50% de las empresas ha contestado afirmativamente y un 33% está en proceso; seguido del incremento del uso de cereales completos (integrales) que también afirman cumplir el 50% de las empresas y un 17% refiere estar en proceso.

Con relación a la media referida a la sustitución de grasas vegetales con elevado contenido en grasas saturadas, el 50% de las empresas refiere estar en proceso y el 17% (2 empresas) han contestado no cumplir con el compromiso, una empresa comenta que existen límites técnicos para reducir grasa saturada, pero han reducido grasa total y la otra empresa comenta que el contenido en grasa saturada de sus productos es inferior al objetivo 2020.

Por otro lado, el compromiso que más empresas han indicado no cumplir es la reducción del tamaño de porciones (42% de las empresas), comentando que ya disponen de formatos de tamaño reducido.



Evaluación respuestas medidas cualitativas específicas de bollería y pastelería



5.3.2.8 Categoría: pan especial

MEDIDAS CUANTITATIVAS

Compromiso

- **Reducción del 5% del contenido mediano de azúcares añadidos en pan de molde blanco, pan de molde integral, pan tostado y pan tostado integral.**

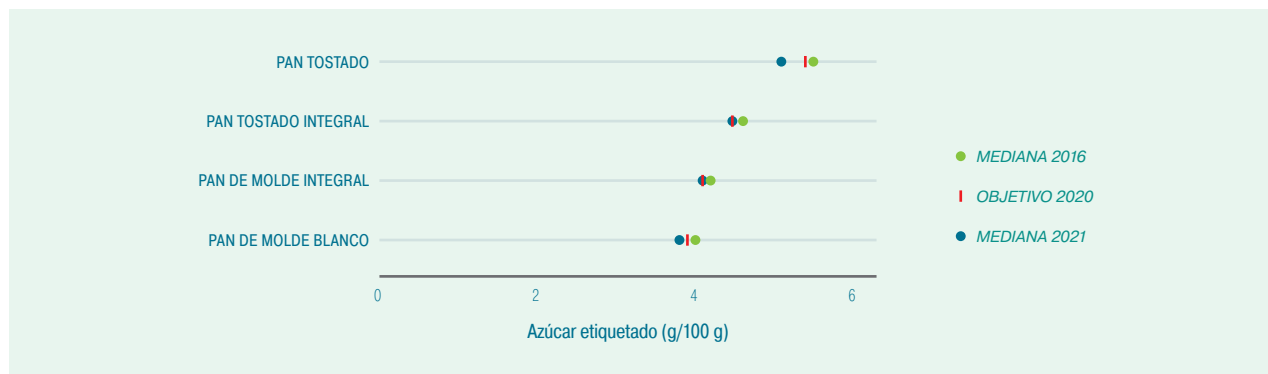
Con relación a la evaluación del cumplimiento de los compromisos del PLAN de la categoría de pan especiales es importante recordar que el dato basal de 2016 y los objetivos de reducción para el 2020 de las subcategorías pan de molde, pan de molde integral y pan tostado se calcularon a partir de datos procedentes de analítica; por lo tanto, para comprobar el cumplimiento se ha utilizado, además del dato de etiquetado, también el dato de analítica.

Los datos del estudio de composición de alimentos de 2021 muestran lo siguiente:

- En todas las subcategorías se observa una reducción del contenido en azúcares.
- En todas las subcategorías se ha alcanzado el objetivo 2020, siendo el porcentaje de reducción superior al acordado.
- Se observa variabilidad entre las distintas subcategorías en cuanto al porcentaje de productos cuyo contenido en azúcares es superior al objetivo 2020, desde el 41% en pan de molde blanco al 21,4% en pan tostado 21,4%.

En todas las subcategorías analizadas se cumplen las tolerancias (**ANEXO 3**), excepto en pan tostado, donde hay algunos productos en los que el dato de analítica es inferior al de etiquetado.

Contenido mediano en azúcares según etiquetado 2016, objetivo 2020 y etiquetado 2021

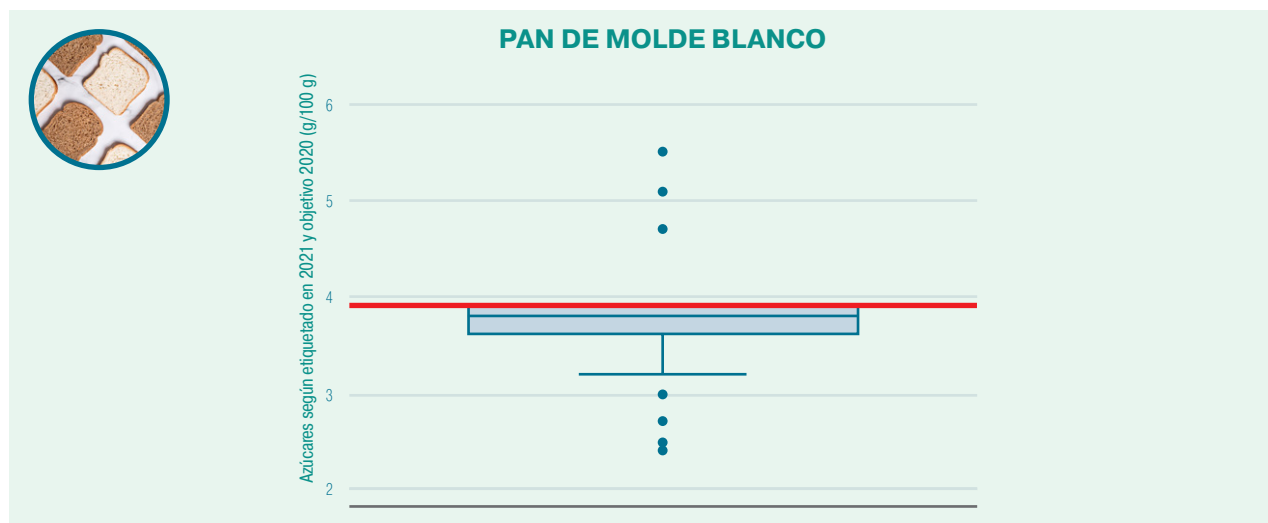


Resultados por subcategorías

SUBCATEGORÍA: PAN DE MOLDE BLANCO

CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES							
	N	ANALÍTICA 2016	OBJETIVO 2020	DATO MEDIANA 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares etiquetado (g/100 g)	45	4	3,9	3,8	5,0% (*)	Sí	6,7%
Azúcares analítica (g/100 g)	12	4	3,9	3,5	12,5% (*)	Sí	41,7%

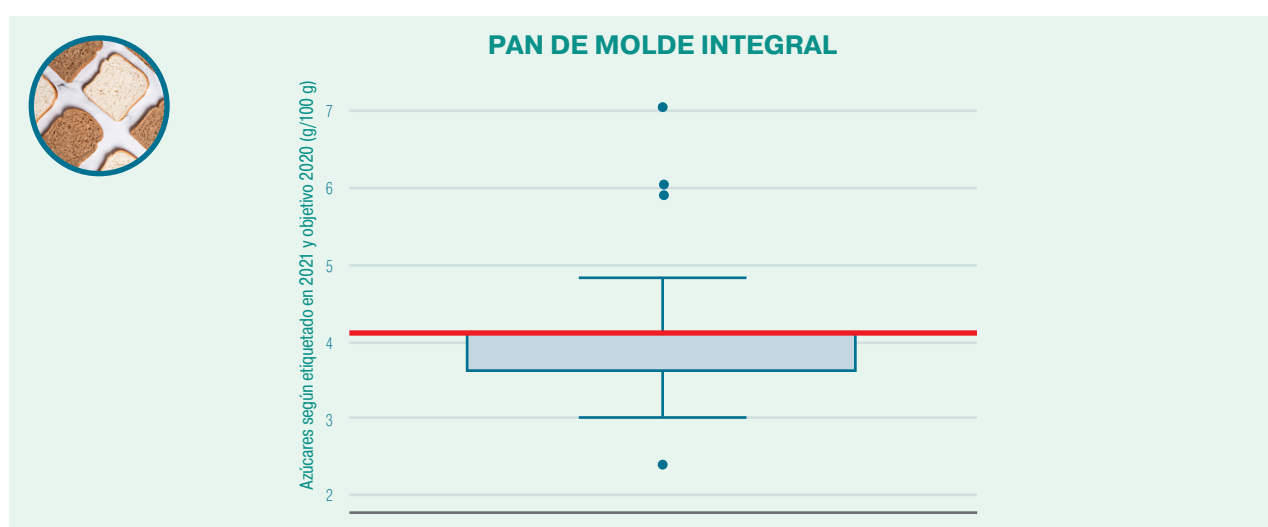
(*) La reducción estimada de azúcares añadidos sería de un 10% (datos de etiquetado) y de un 25% (datos de analítica).



SUBCATEGORÍA: PAN DE MOLDE INTEGRAL

CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES							
	N	ANALÍTICA 2016	OBJETIVO 2020	DATOS MEDIANA 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares etiquetado (g/100 g)	34	4,2	4,1	4,1	2,4% (*)	Sí	17,6%
Azúcares analítica (g/100 g)	13	4,2	4,1	4,0	4,8% (*)	Sí	23,1%

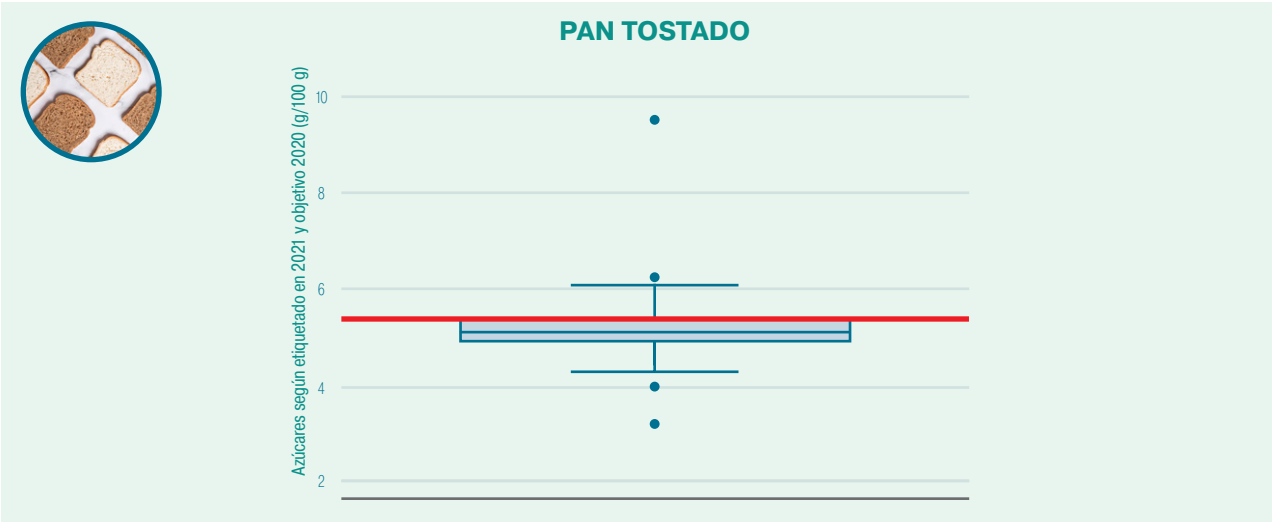
(*) La reducción estimada de azúcares añadidos sería de un 4,5% (datos de etiquetado) y de un 9% (datos de analítica).



SUBCATEGORÍA: PAN TOSTADO

CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES							
	N	ANALÍTICA 2016	OBJETIVO 2020	DATOS MEDIANA 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares etiquetado (g/100 g)	45	5,5	5,4	5,1	7,3% (*)	Sí	20,0% (*)
Azúcares analítica (g/100 g)	14	5,5	5,4	4,9	10,9% (*)	Sí	21,4%

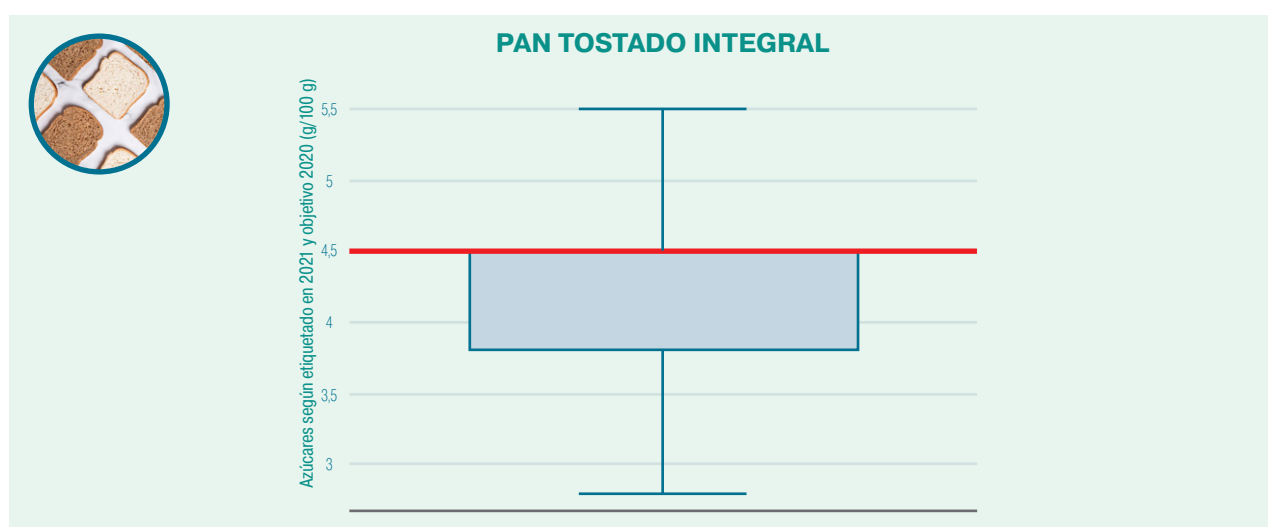
(*) La reducción estimada de azúcares añadidos sería de un 19% (datos de etiquetado) y de un 28,6% (datos de analítica).



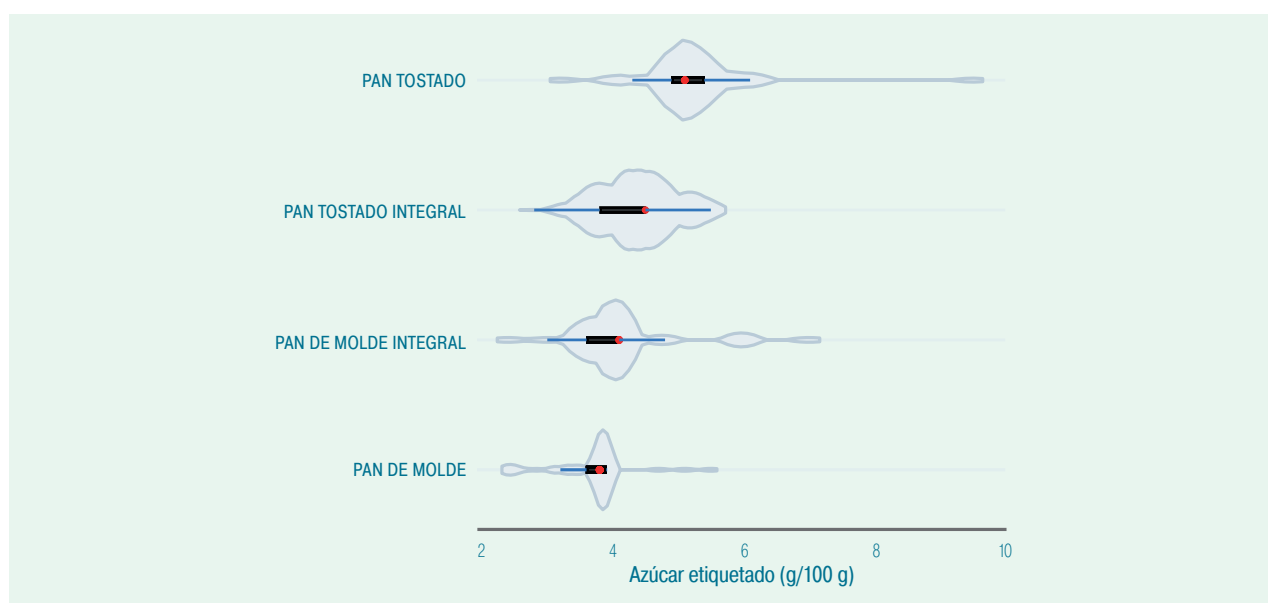
SUBCATEGORÍA: PAN TOSTADO INTEGRAL

CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES							
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	38	4,6	4,5	4,5	2,2% (*)	Sí	23,7%

(*) Reducciones de azúcares totales. La reducción estimada de azúcares añadidos sería: 10% pan tostado integral.



Resumen del contenido en azúcares según etiquetado de la categoría pan envasado



MEDIDAS CUALITATIVAS

Los compromisos generales se han evaluado con el resto de los sectores de la fabricación y distribución.

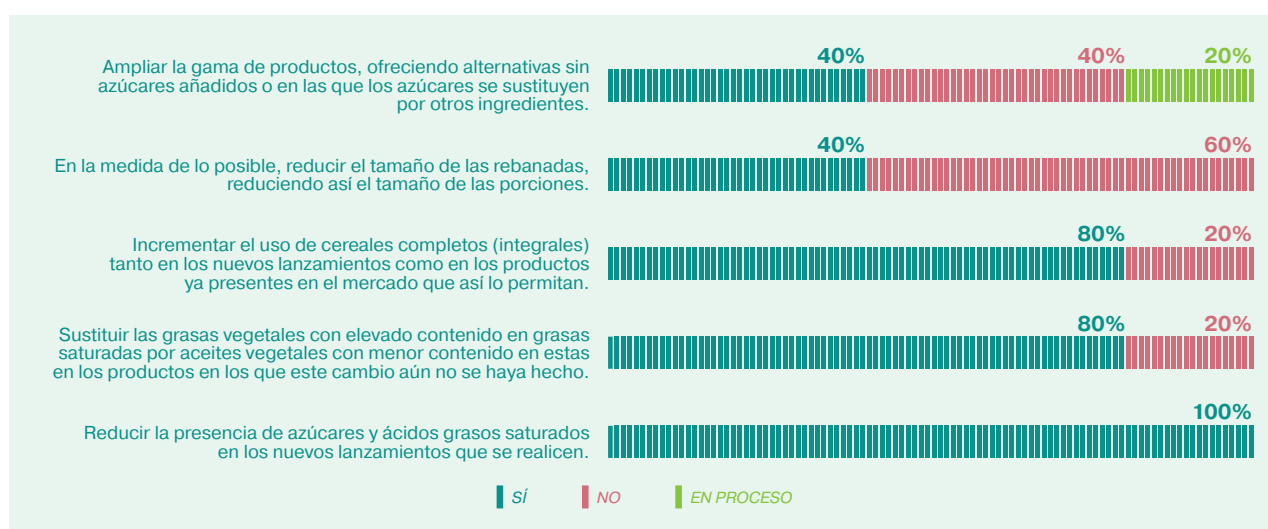
Para el grupo de pan especial se establecieron 5 compromisos cualitativos específicos con las empresas de fabricación. Se han recibido y evaluado cuestionarios de 5 empresas.

Todas las empresas (100%) han respondido afirmativamente al compromiso de reducción de azúcares y ácidos grasos saturados en los nuevos lanzamientos que se realicen.

Con relación a incrementar el uso de cereales integrales el 80% de las empresas ha contestado afirmativamente y un 20% (1 empresa) ha indicado no cumplir, esta empresa comenta que se debe a cuestiones tecnológicas pero que lo considerará para los nuevos lanzamientos. Se observa el mismo porcentaje de respuestas en cuanto a sustituir las grasas vegetales con elevado contenido en grasas saturadas, el 80% han contestado afirmativamente y una empresa (20%) ha indicado no, en este caso refiere haberlo hecho antes del PLAN.

La medida que más empresas ha indicado no cumplir es la reducción del tamaño de rebanadas reduciendo así el tamaño de porciones.

Evaluación respuestas medidas cualitativas específicas de pan especial



5.3.2.9. Categoría: galletas

MEDIDAS CUANTITATIVAS

Compromisos

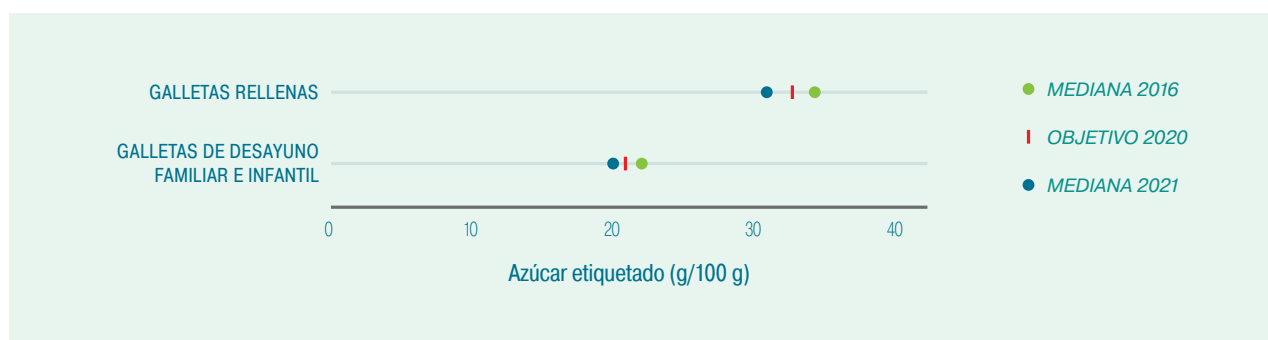
- **Reducción del 5% del contenido mediano de azúcares total en galletas de desayuno familiar e infantil y galletas rellenas.**
- **Reducción del 5% del contenido mediano de grasa saturada en galletas de desayuno familiar e infantil y galletas rellenas.**

Con relación a la evaluación del cumplimiento de los compromisos del PLAN de la categoría de galletas los datos del estudio de composición de alimentos de 2021 muestran lo siguiente:

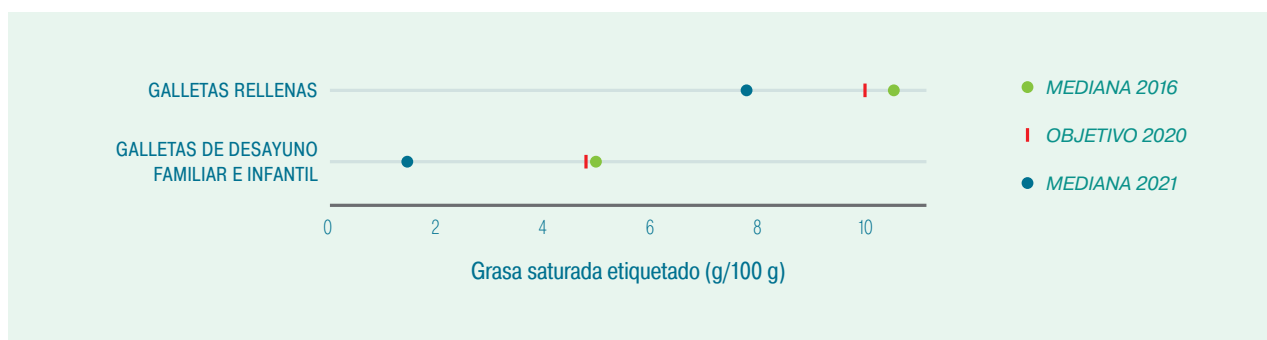
- En todas las subcategorías se observa una reducción del contenido en azúcares y grasas saturadas. Las reducciones más importantes se han producido en grasa saturada.
- En todas las subcategorías se ha alcanzado el objetivo 2020, produciéndose una reducción más amplia que la acordada tanto en azúcares como en grasa saturada.
- Se observa variabilidad entre las distintas subcategorías en cuanto al porcentaje de productos cuyo contenido en azúcares o grasa saturada es superior al 2020, en torno al 27% en azúcares y el 14% en grasa saturada.

En todas las subcategorías analizadas se cumplen las tolerancias (**ANEXO 3**) del dato de contenido en nutrientes en el etiquetado, excepto para grasa saturada en el grupo de galletas de desayuno familiar e infantil, donde hay algunos productos en los que el dato de analítica es inferior al de etiquetado.

Contenido mediano en azúcares según etiquetado 2016, objetivo 2020 y etiquetado 2021



Contenido mediano en grasa saturada según etiquetado 2016, objetivo 2020 y etiquetado 2021



Resultados por subcategorías

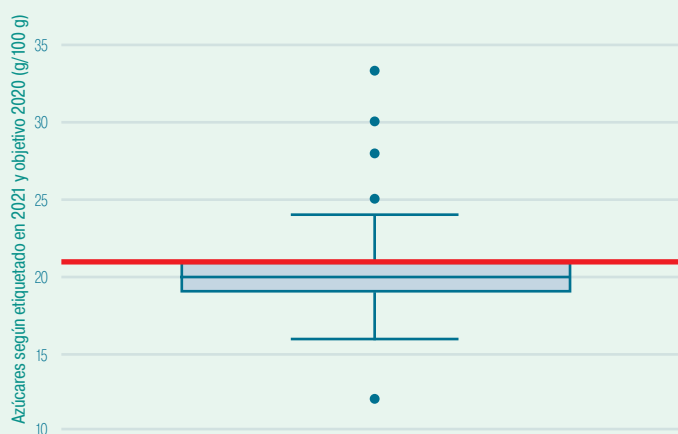
SUBCATEGORÍA: GALLETAS DE DESAYUNO FAMILIAR E INFANTIL

CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES

	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	104	22	20,9	20,0	9,1%	Sí	26,9%



GALLETAS DE DESAYUNO FAMILIAR E INFANTIL

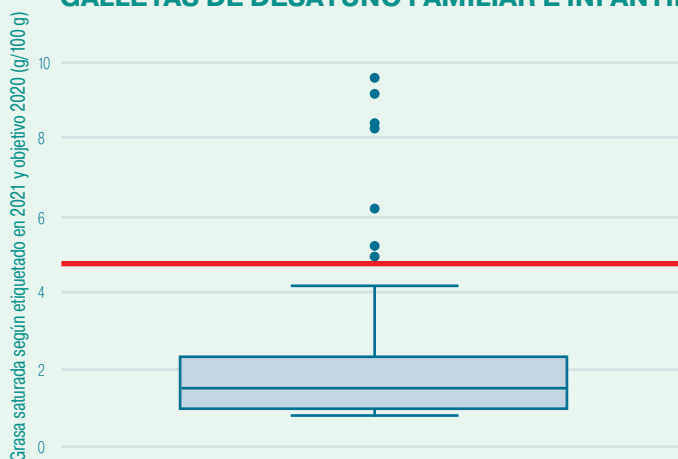


CONTENIDO MEDIANO EN GRASA SATURADA

	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Grasa saturada (g/100 g)	104	5	4,8	1,5	70,0%	Sí	13,5%



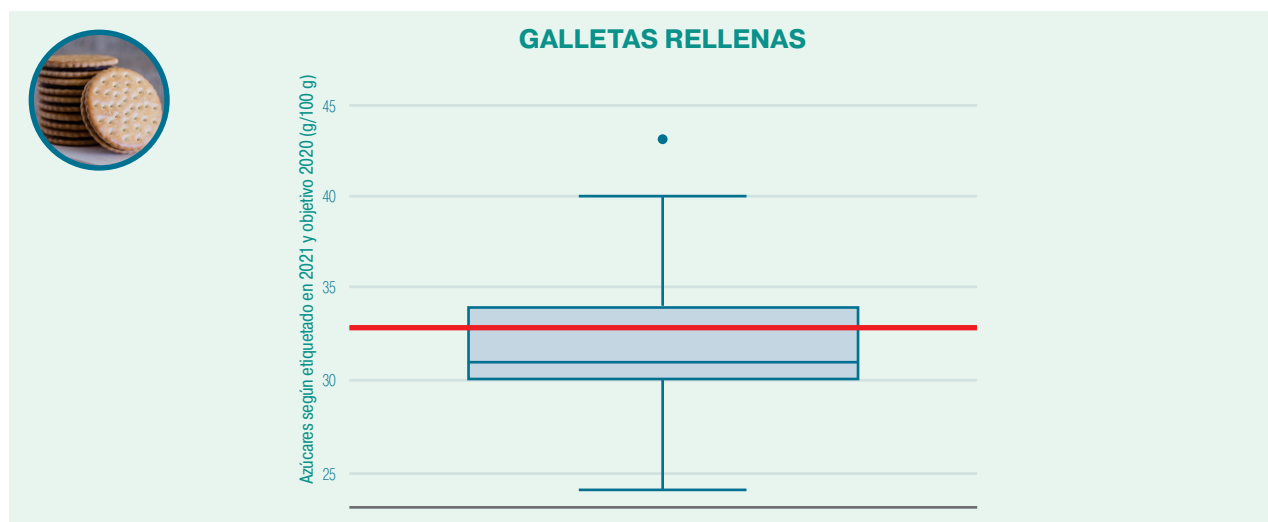
GALLETAS DE DESAYUNO FAMILIAR E INFANTIL



SUBCATEGORÍA: GALLETAS RELLENAS

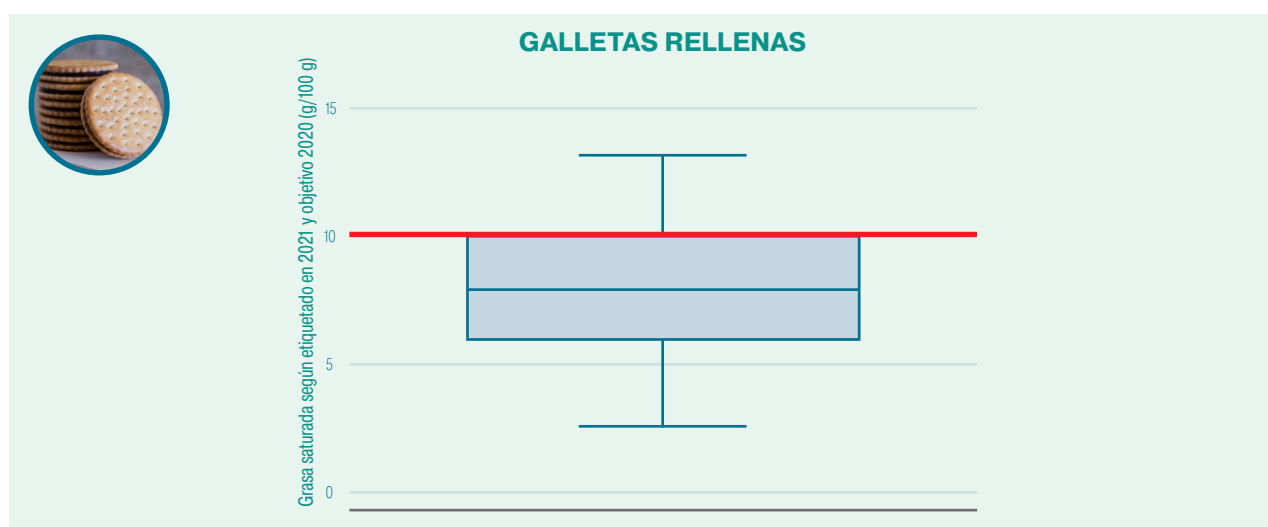
CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES

	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	55	34,5	32,8	31,0	10,1%	Sí	29,1%

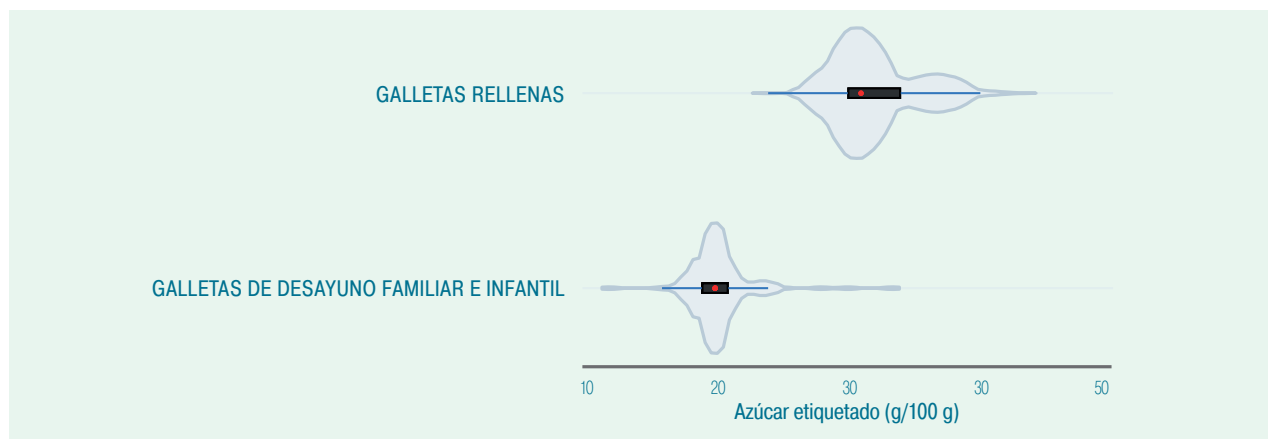


CONTENIDO MEDIANO EN GRASA SATURADA

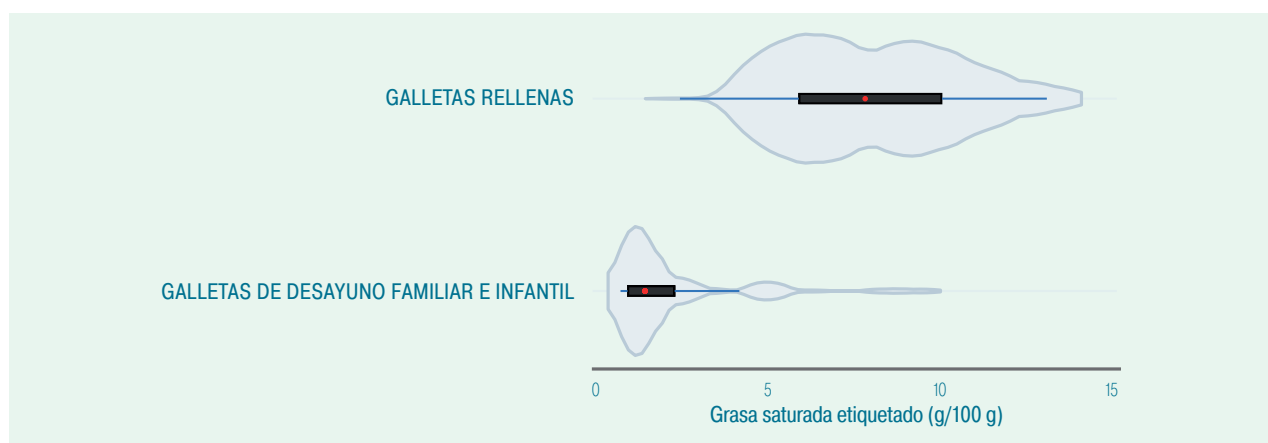
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Grasa saturada (g/100 g)	55	10,5	10	7,8	25,7%	Sí	14,5%



Resumen del contenido en azúcares según etiquetado de la categoría galletas



Resumen del contenido en grasa saturada según etiquetado de la categoría galletas



MEDIDAS CUALITATIVAS

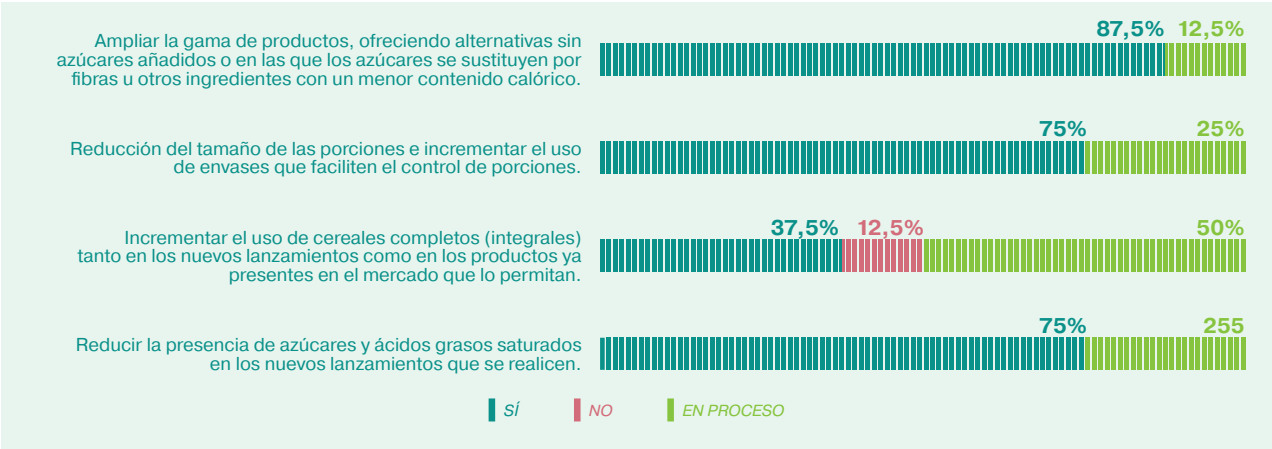
Los compromisos generales se han evaluado con el resto de los sectores de la fabricación y distribución.

Para el grupo de galletas se establecieron 4 compromisos cualitativos específicos con las empresas de fabricación. Se han recibido y evaluado cuestionarios de 8 empresas.

El compromiso que mayor número de empresas manifiesta cumplir es ampliar la gama de productos ofreciendo alternativas sin azúcares añadidos o en las que los azúcares se sustituyen por fibras u otros ingredientes con un menor contenido calórico (87,5% de las empresas han contestado afirmativamente y un 12,5% refiere estar en proceso).

Por el contrario, el que menos empresas afirma cumplir (37,5% de las empresas) es incrementar el uso de cereales completos o integrales tanto en los nuevos lanzamientos como en los productos ya presentes en el mercado. Una empresa (12,5%) ha manifestado no cumplir con el compromiso por cuestiones tecnológicas y el 50% restante está en proceso.

Evaluación respuestas medidas cualitativas específicas de galletas



5.3.2.10. Categoría: cereales de desayuno

MEDIDAS CUANTITATIVAS

Compromiso

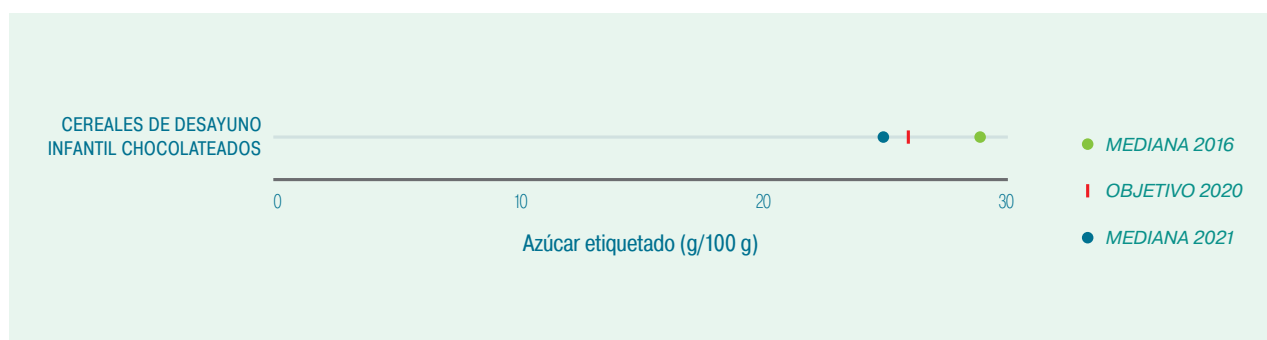
- **Reducción del 10% del contenido mediano de azúcares total en cereales de desayuno infantil chocolateados.**

Con relación a la evaluación del cumplimiento de los compromisos del PLAN de la categoría de cereales de desayuno los datos del estudio de composición de alimentos de 2021 muestran lo siguiente:

- Reducción de un 13,5% del contenido mediano en azúcares desde 2016. Esta reducción es superior a la acordada (10%).
- Se ha alcanzado el objetivo 2020.
- 22% de los productos muestreados tienen un contenido en azúcares superior al objetivo 2020.

Por otro lado, todos los productos cumplen con el rango de tolerancia en cuanto al dato de contenido en nutrientes reflejado en el etiquetado y el obtenido por determinaciones analíticas.

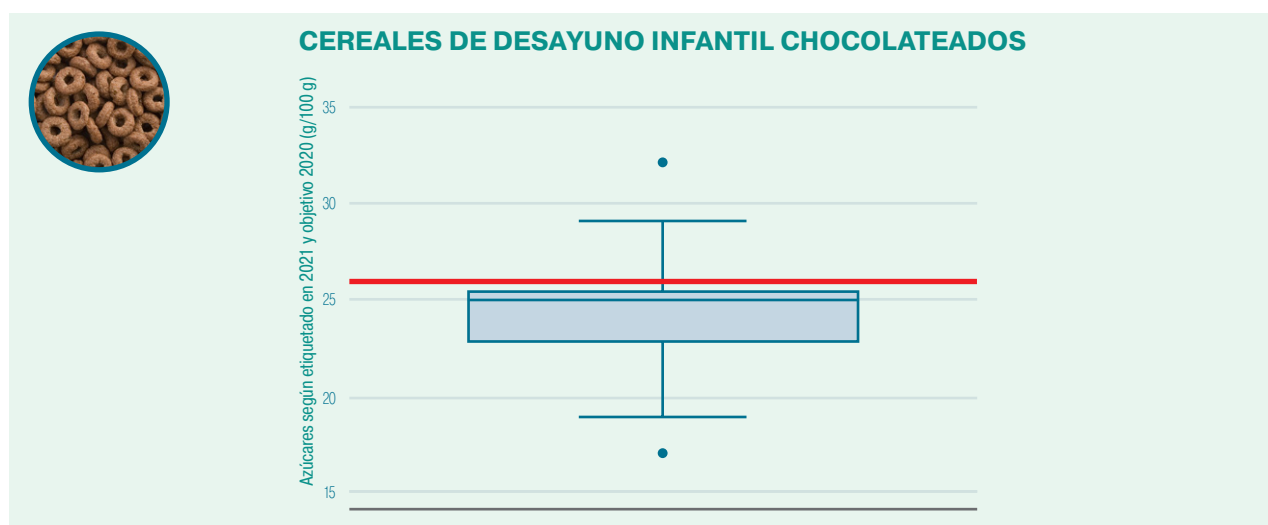
Contenido mediano en azúcares según etiquetado 2016, objetivo 2020 y etiquetado 2021



Resultados por subcategorías

SUBCATEGORÍA: CEREALES DE DESAYUNO INFANTIL CHOCOLATEADOS

CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES							
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	41	28,8	25,9	24,9	13,5%	Sí	22,0%



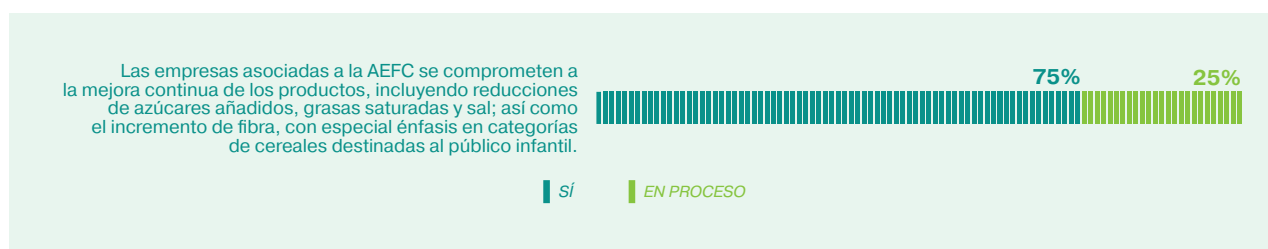
MEDIDAS CUALITATIVAS

Los compromisos generales se han evaluado con el resto de los sectores de la fabricación y distribución.

Para el grupo de cereales de desayuno se estableció 1 compromiso cualitativo específico con las empresas de fabricación. Se han recibido y evaluado cuestionarios de 4 empresas.

El 75% de las empresas manifiestan cumplir con el compromiso de mejora continua de los productos, incluyendo otras reducciones de azúcares añadidos, grasas saturadas y sal; así como al incremento de fibra, poniendo un especial énfasis en aquellas categorías de cereales de desayuno destinadas al público infantil. Una empresa (25%) refiere estar en proceso, habiendo reformulado varios productos.

Evaluación respuestas medidas cualitativas específicas de cereales de desayuno



5.3.2.11. Categoría: bebidas refrescantes

MEDIDAS CUANTITATIVAS

Compromiso

- **Reducción del 10% del contenido mediano de azúcares totales en bebidas de lima-limón sin edulcorantes.**

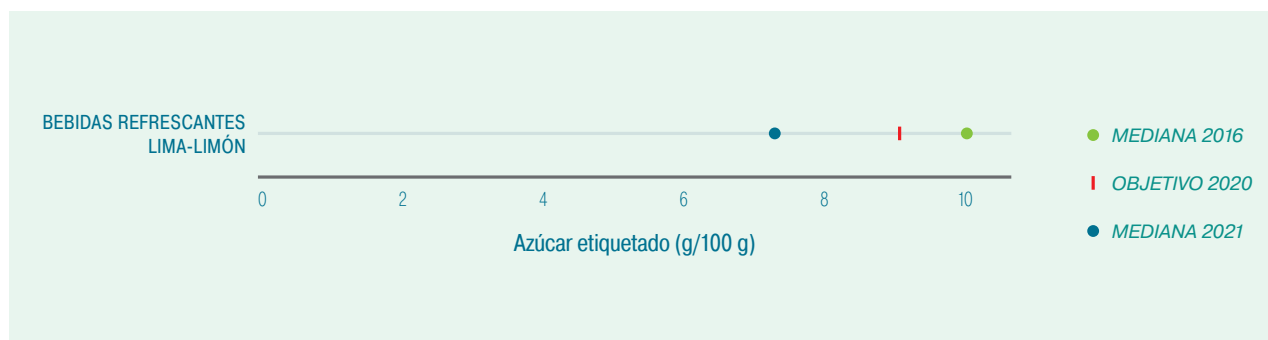
Con relación a la evaluación del cumplimiento de los compromisos del PLAN de la categoría de bebidas refrescantes es importante tener en cuenta que los datos basales de 2016 y el objetivo 2020 se establecieron utilizando datos de contenido en azúcares de productos que no contenían edulcorantes.

Para el estudio de composición de alimentos de 2021 las empresas han confirmado que los productos seleccionados no contenían edulcorantes en 2016. Los datos de este estudio muestran lo siguiente:

- Todos los productos incluidos en la muestra no tenían edulcorantes en 2016 y han reducido su contenido en azúcares, siendo esta reducción superior a la acordada.
- Todos los productos cumplen con el objetivo 2020. Para ello han incluido edulcorantes, sumándose así a los productos de la subcategoría que ya tenían edulcorantes en 2016.
- No se ha identificado ningún producto que se ajuste a la definición de la subcategoría para la que se estableció un acuerdo de reducción de contenido en azúcares: bebidas refrescantes de lima-limón sin edulcorantes.

Por otro lado, todos los productos cumplen con el rango de tolerancia en cuanto al dato de contenido en nutrientes reflejado en el etiquetado y el obtenido por determinaciones analíticas.

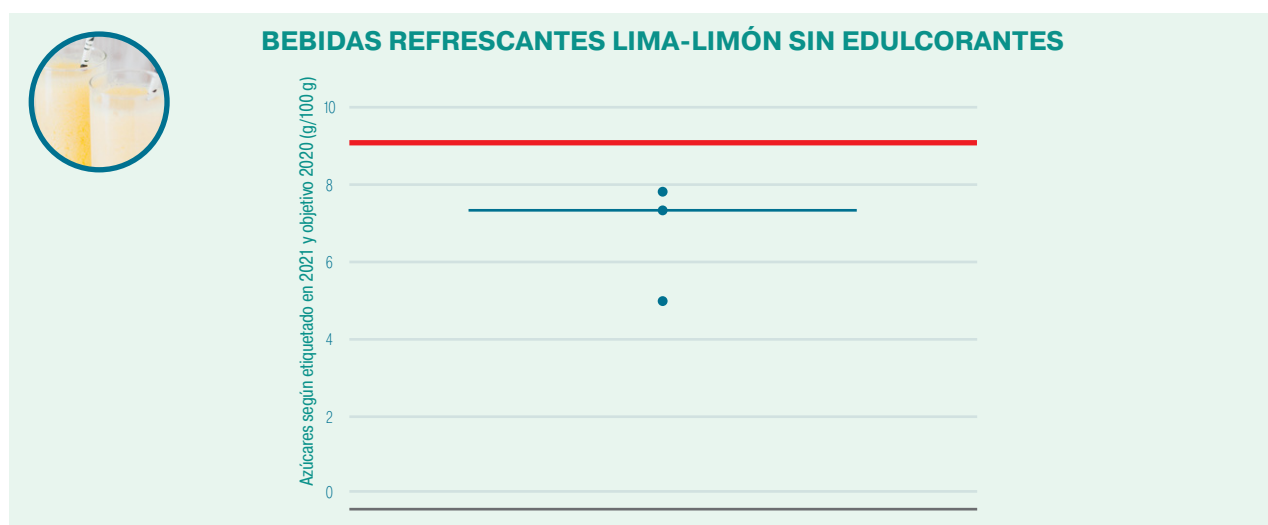
Contenido mediano en azúcares según etiquetado 2016, objetivo 2020 y etiquetado 2021



Resultados por subcategorías

SUBCATEGORÍA: BEBIDAS REFRESCANTES DE LIMA LIMÓN SIN EDULCORANTES

CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES							
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	5	10,05	9,1	7,3	27,4%	Sí	0,0%



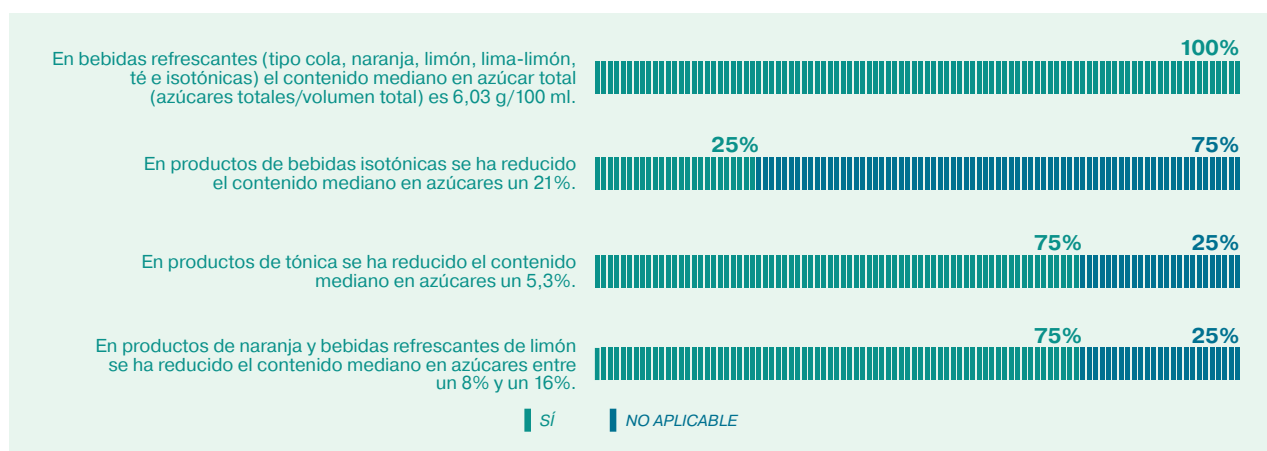
MEDIDAS CUALITATIVAS

Los compromisos generales se han evaluado con el resto de los sectores de la fabricación y distribución.

Para el grupo de bebidas refrescantes se establecieron 15 compromisos cualitativos específicos con las empresas de fabricación. Se han recibido y evaluado cuestionarios de 4 empresas.

Con relación a la reducción del contenido en azúcares totales en bebidas refrescantes la asociación sectorial ha manifestado que se cumple el compromiso de contenido medio de azúcares/100 ml entre todas las empresas. 3 empresas han indicado que no les es aplicable el compromiso de reducción de azúcares en bebidas isotónicas y 1 empresa además refiere que tampoco le es aplicable el compromiso de reducción en productos de tónica y productos de naranja y limón.

Evaluación respuestas medidas cualitativas específicas de bebidas refrescantes: reducción contenido en azúcares



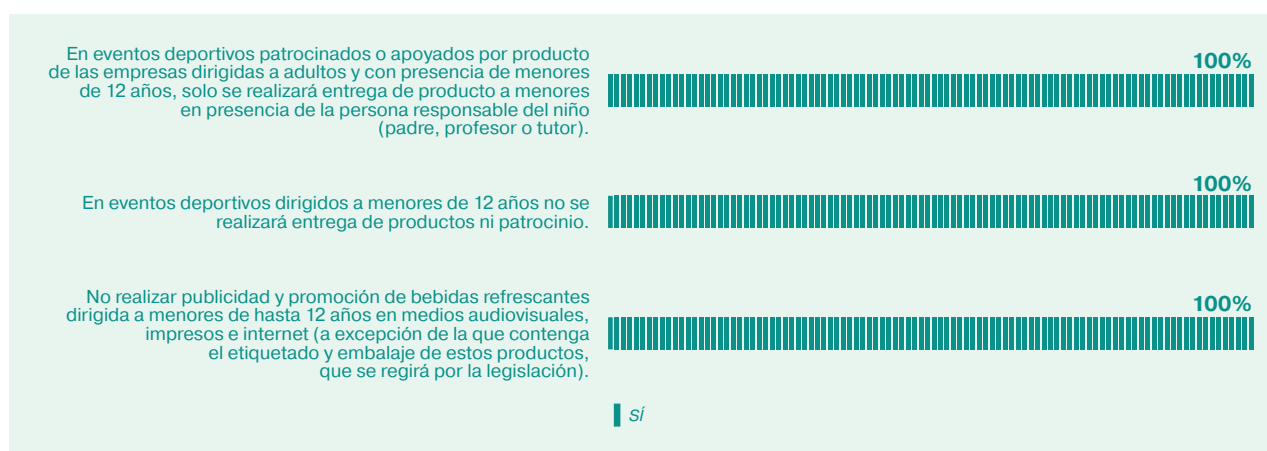
La asociación sectorial también confirma que todas las empresas cumplen los 5 compromisos relativos al entorno escolar y máquinas expendedoras.

Evaluación respuestas medidas cualitativas específicas de bebidas refrescantes: máquinas expendedoras y entorno escolar



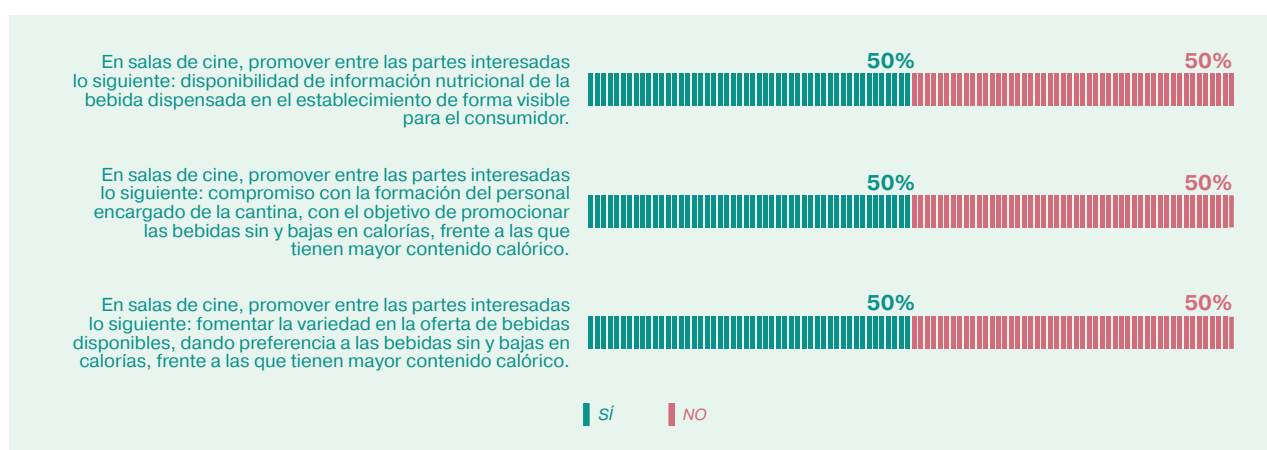
Con relación a las medidas cualitativas relacionadas con la publicidad de bebidas refrescantes a menores de 12 años y el patrocinio en eventos deportivos todas las empresas manifiestan cumplir con los compromisos.

Evaluación respuestas medidas cualitativas específicas bebidas refrescantes: publicidad dirigida a menores



Dos de las cuatro empresas que han completado los cuestionarios cualitativos indican que no realizan venta en cines. Las otras dos empresas (50%) manifiestan cumplir con los 3 compromisos acordados.

Evaluación respuestas medidas cualitativas específicas bebidas refrescantes: salas de cine



5.3.2.12. Categoría: derivados cárnicos

MEDIDAS CUANTITATIVAS

Compromisos

- **Reducción del 16% del contenido de sal (NaCl/100 g de alimento) en jamón cocido extra, pechuga de pavo, salchicha/mortadela y longaniza fresca y del 10% en chorizo y salchichón vela extra.**
- **Reducción del 5% del contenido en grasa total en salchicha/mortadela, chorizo/salchichón vela extra y longaniza fresca.**
- **Reducción del 10% del contenido en azúcares total en jamón cocido extra, pechuga de pavo, salchicha/mortadela, chorizo vela extra, salchichón vela extra y longaniza fresca.**

Con relación a la evaluación del cumplimiento de los acuerdos de reducción del contenido en sal del PLAN de la categoría de derivados cárnicos es importante tener en cuenta que los datos basales de 2016 y el objetivo 2020 se establecieron considerando la sal añadida como ingrediente y los datos del estudio de composición de alimentos de 2021 se refiere a contenido en sodio total, tanto el procedente de sal añadida como de otras fuentes de sodio.

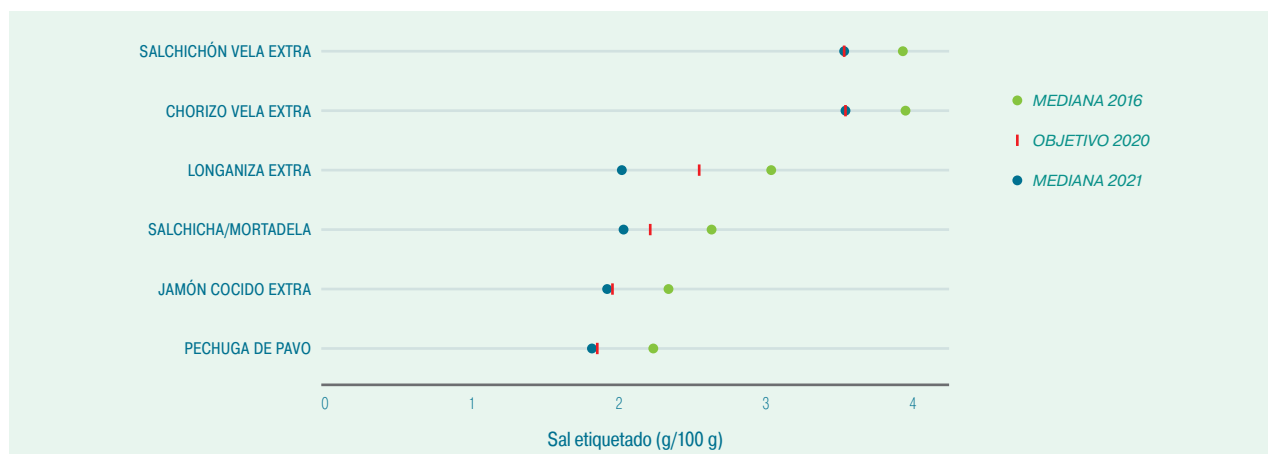
Los datos del estudio de composición de alimentos de 2021 muestran lo siguiente:

- Reducción del contenido en azúcares, sal y grasa total en todas las subcategorías analizadas.
- Se ha alcanzado el objetivo 2020 en todos los acuerdos y en todas las subcategorías. Además, el porcentaje de reducción ha sido mayor que el acordado en algunas subcategorías.
- El porcentaje de productos cuyo contenido en nutrientes seleccionados es superior al objetivo 2020 es muy variable entre las subcategorías y según los nutrientes: en algunas subcategorías como el salchichón vela extra el 30% de los productos tienen un contenido en sal superior al objetivo 2020. Para grasa total el porcentaje de productos cuyo contenido es superior al objetivo 2020 oscila entre el 3% y el 7% según subcategorías. Todos los productos de las subcategorías pechuga de pavo y salchicha/mortadela tienen un contenido en azúcares inferior al objetivo 2020, mientras que en otras subcategorías como longaniza fresca el 12% de los productos tienen un contenido en azúcares superior al objetivo 2020.

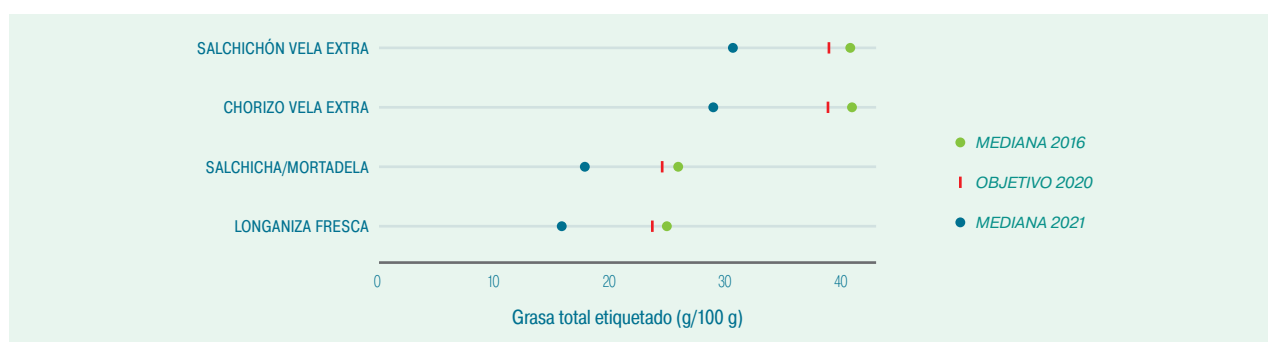
Por otro lado, para el contenido en azúcares del etiquetado todos los productos cumplen tolerancias (**ANEXO 3**). En los acuerdos de sal y grasa total se observan productos que no cumplen con las tolerancias (**ANEXO 3**), existiendo un porcentaje del 9,0% y 8,1% de productos respectivamente, cuyo el dato de analítica es superior al dato del etiquetado.



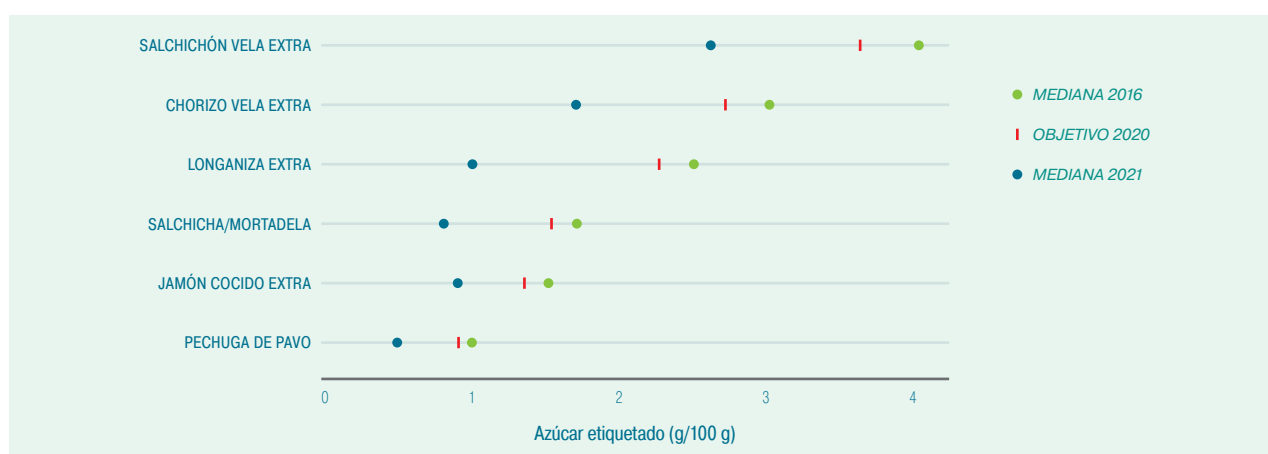
Contenido mediano en sal según etiquetado 2016, objetivo 2020 y etiquetado 2021



Contenido mediano en grasa total según etiquetado 2016, objetivo 2020 y etiquetado 2021



Contenido mediano en azúcares según etiquetado 2016, objetivo 2020 y etiquetado 2021

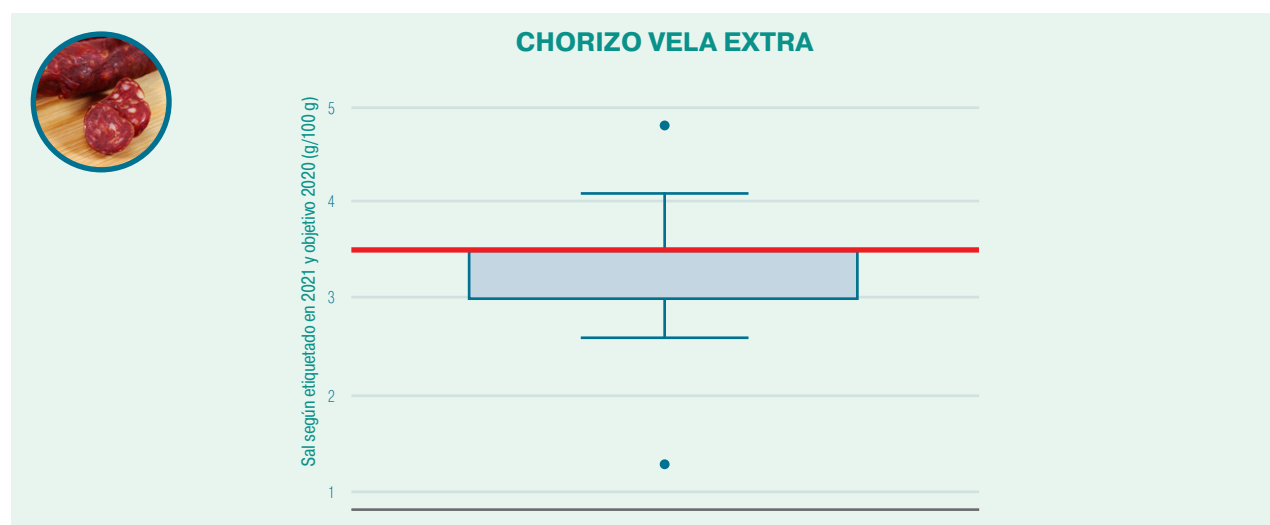


Resultados por subcategorías

SUBCATEGORÍA: CHORIZO VELA EXTRA

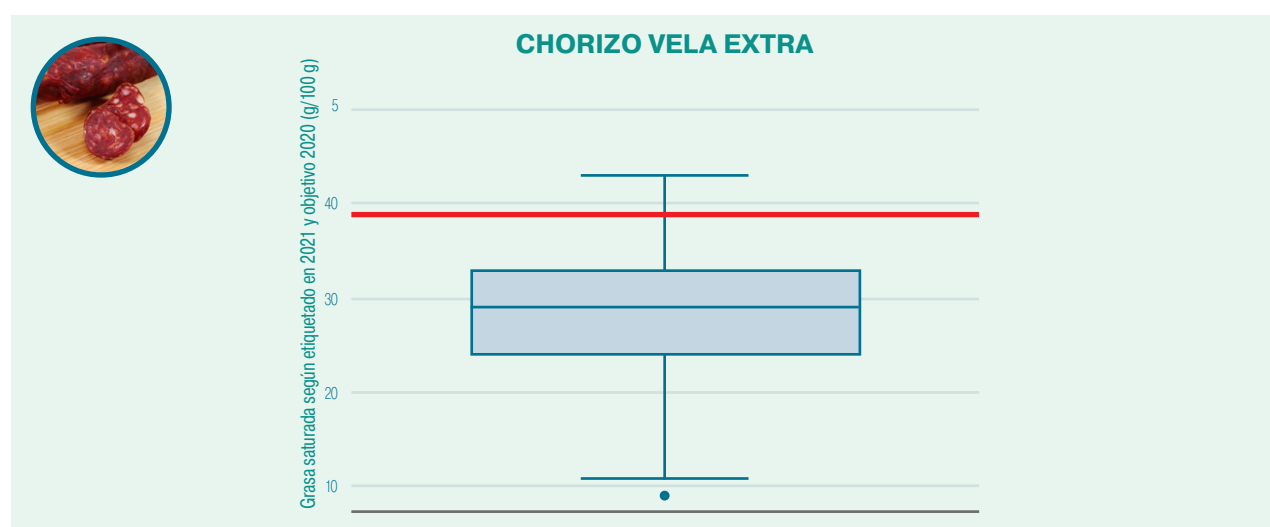
CONTENIDO MEDIANO EN SAL

	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Sal (g/100 g)	111	3,9	3,5	3,5	10,3%	Sí	11,7%



CONTENIDO MEDIANO EN GRASA TOTAL

	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Grasa total (g/100 g)	111	41	38,95	29,0	29,3%	Sí	4,5%

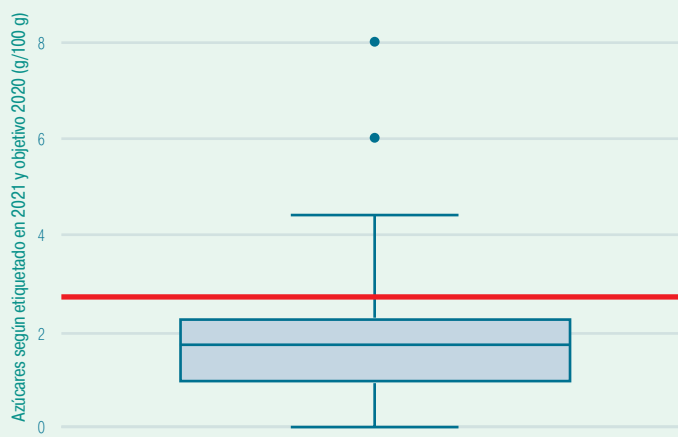


CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES

	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	111	3	2,7	1,7	43,3%	Sí	6,3%



CHORIZO VELA EXTRA



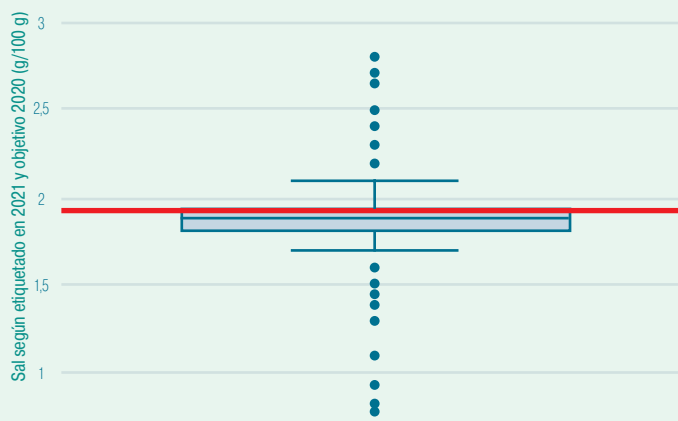
SUBCATEGORÍA: JAMÓN COCIDO EXTRA

CONTENIDO MEDIANO EN SAL

	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Sal (g/100 g)	123	2,3	1,93	1,90	17,4%	Sí	20,3%



JAMÓN COCIDO EXTRA

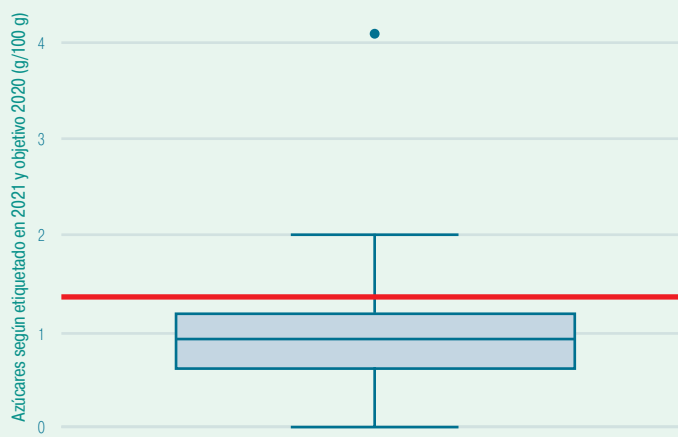


CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES

	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	123	1,5	1,35	0,9	40,0%	Sí	8,9%



JAMÓN COCIDO EXTRA



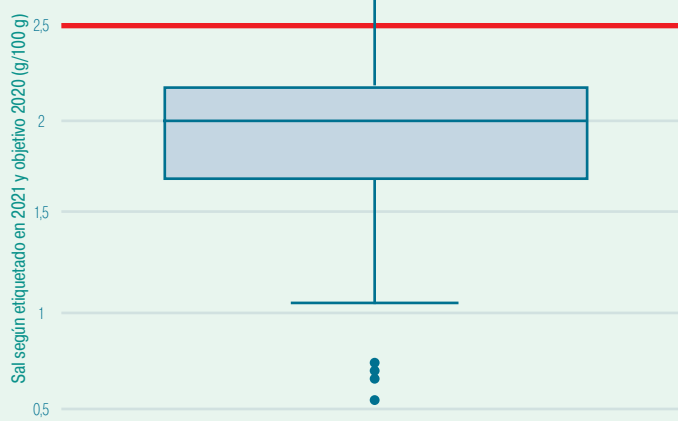
SUBCATEGORÍA: LONGANIZA FRESCA

CONTENIDO MEDIANO EN SAL

	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Sal (g/100 g)	91	3	2,52	2,00	33,3%	Sí	3,3%



LONGANIZA FRESCA

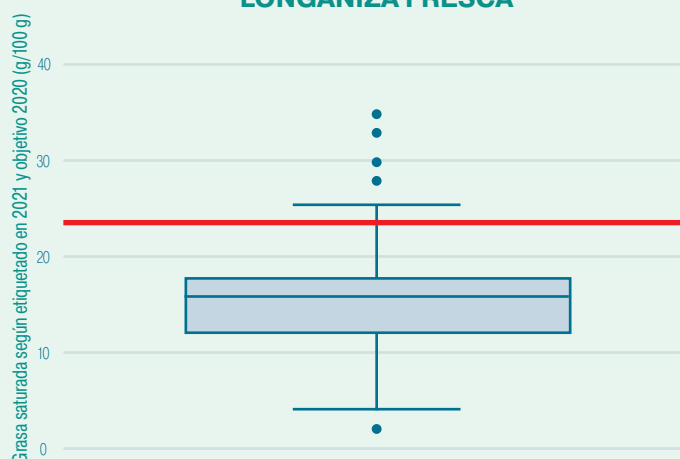


CONTENIDO MEDIANO EN GRASA TOTAL

	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Grasa total (g/100 g)	91	25	23,75	16,0	36,0%	Sí	7,7%



LONGANIZA FRESCA

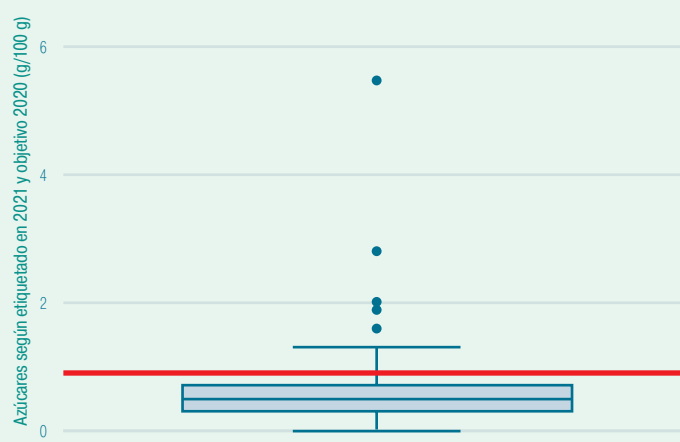


CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES

	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	91	1	0,9	0,5	50,0%	Sí	12,1%



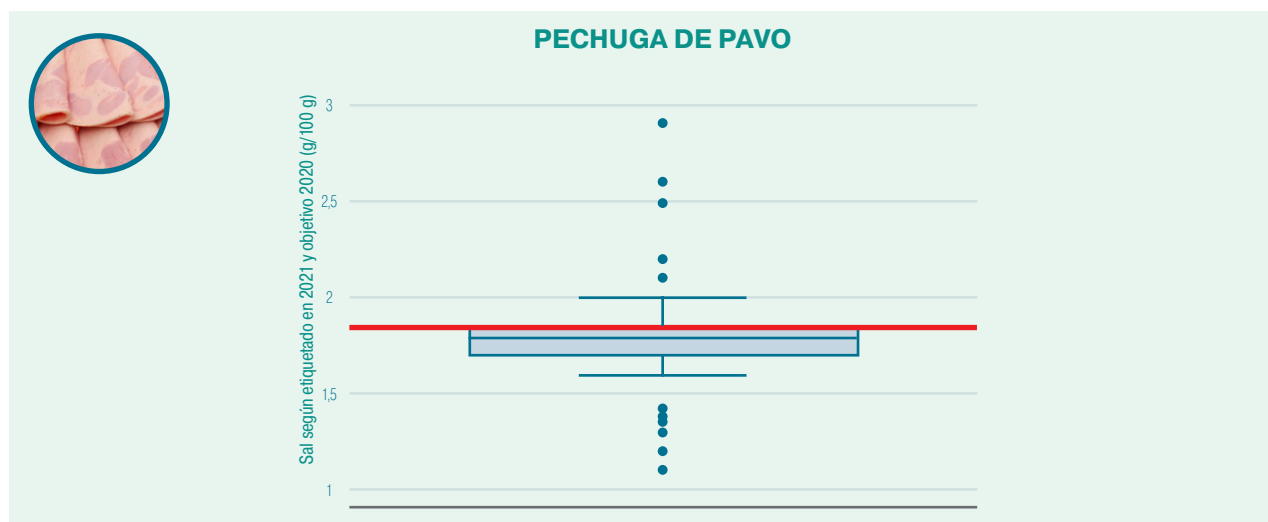
LONGANIZA FRESCA



SUBCATEGORÍA: PECHUGA DE PAVO

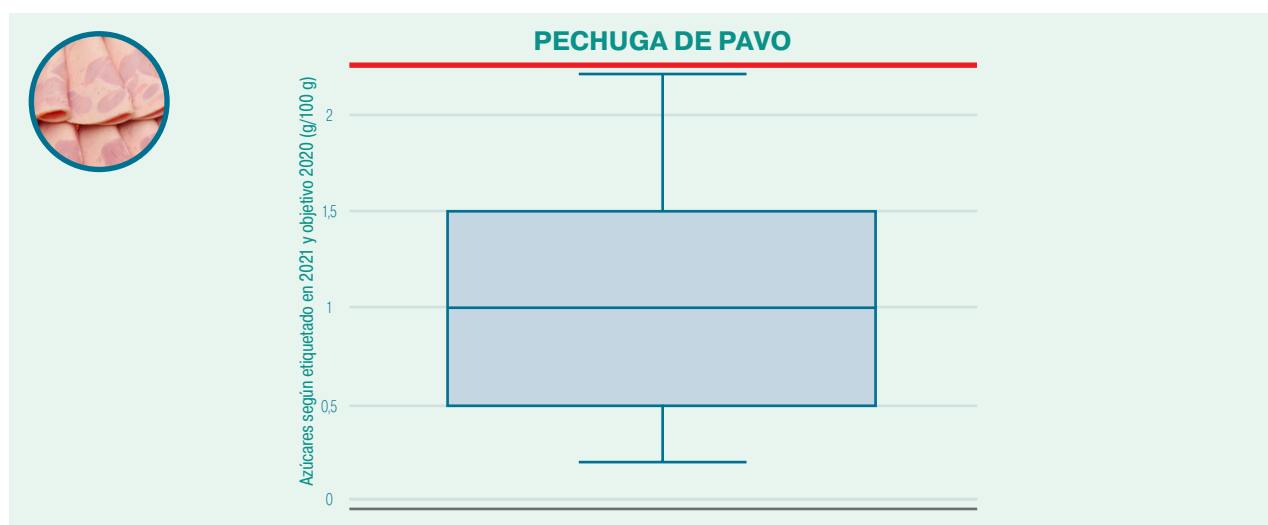
CONTENIDO MEDIANO EN SAL

	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Sal (g/100 g)	116	2,2	1,85	1,80	18,2%	Sí	22,4%



CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES

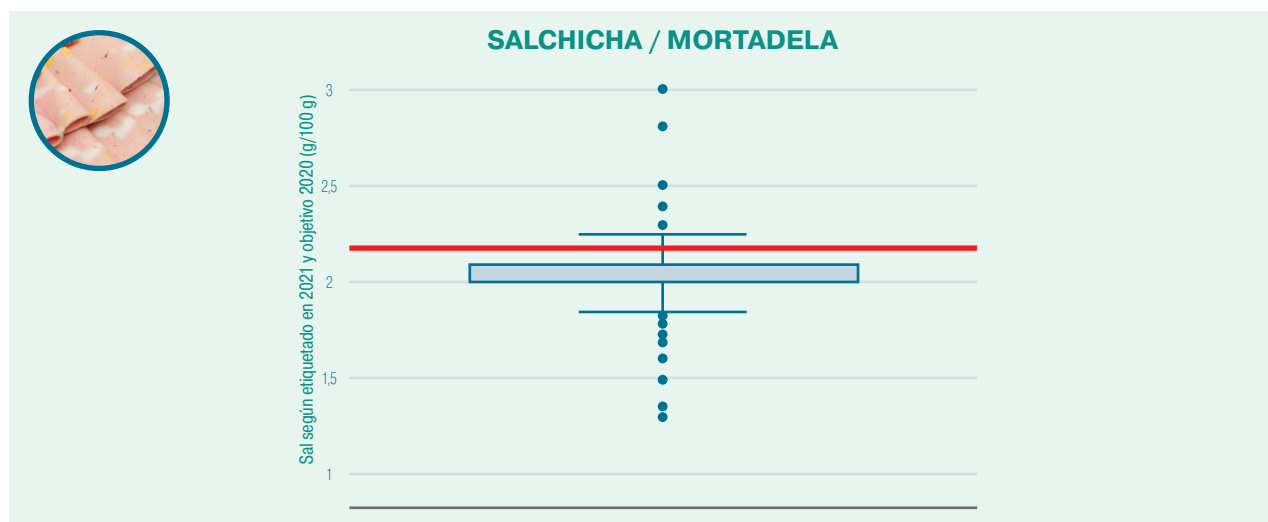
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	116	2,5	2,25	1,0	60,0%	Sí	0%



SUBCATEGORÍA: SALCHICHA/MORTADELA

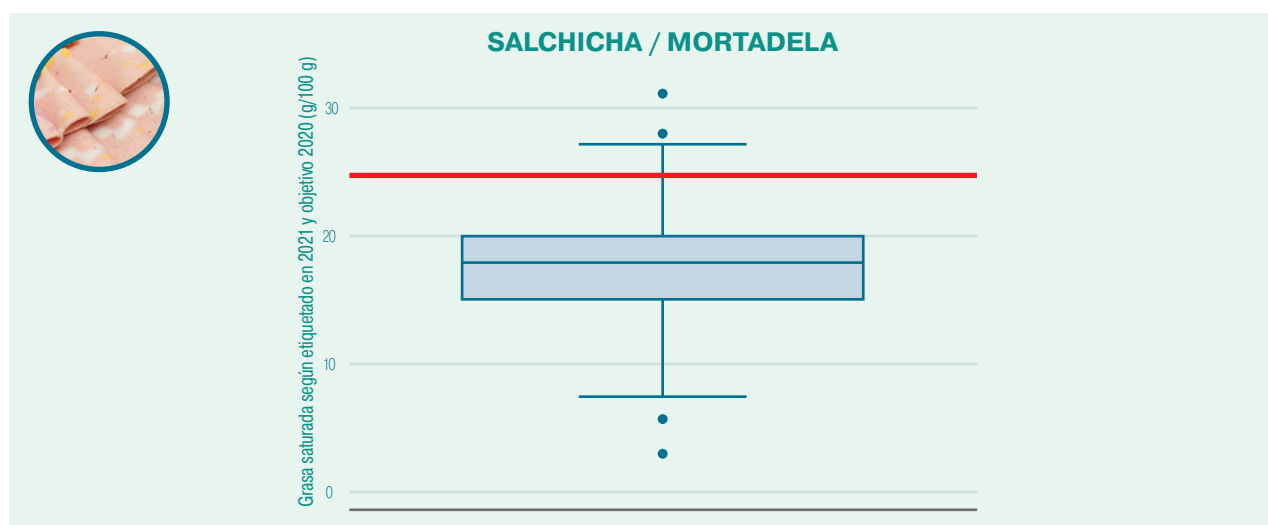
CONTENIDO MEDIANO EN SAL

	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Sal (g/100 g)	225	2,6	2,18	2,00	23,1%	Sí	16,4%



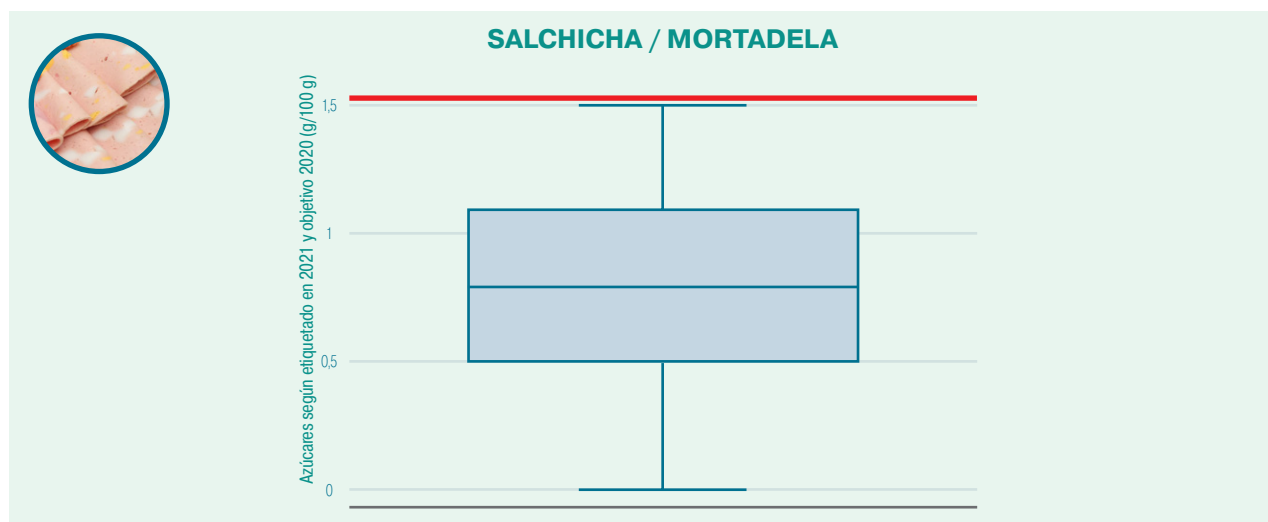
CONTENIDO MEDIANO EN GRASA TOTAL

	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Grasa total (g/100 g)	225	26	24,7	18,0	30,8%	Sí	4,4%



CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES

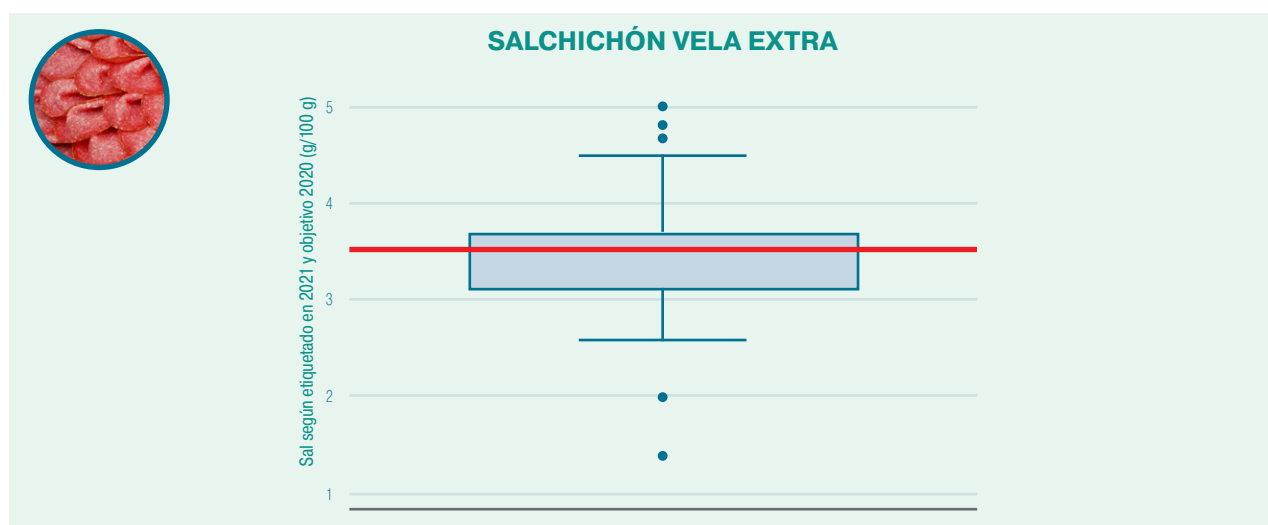
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	225	1,70	1,53	0,80	52,9%	Sí	0%



SUBCATEGORÍA: SALCHICHÓN VELA EXTRA

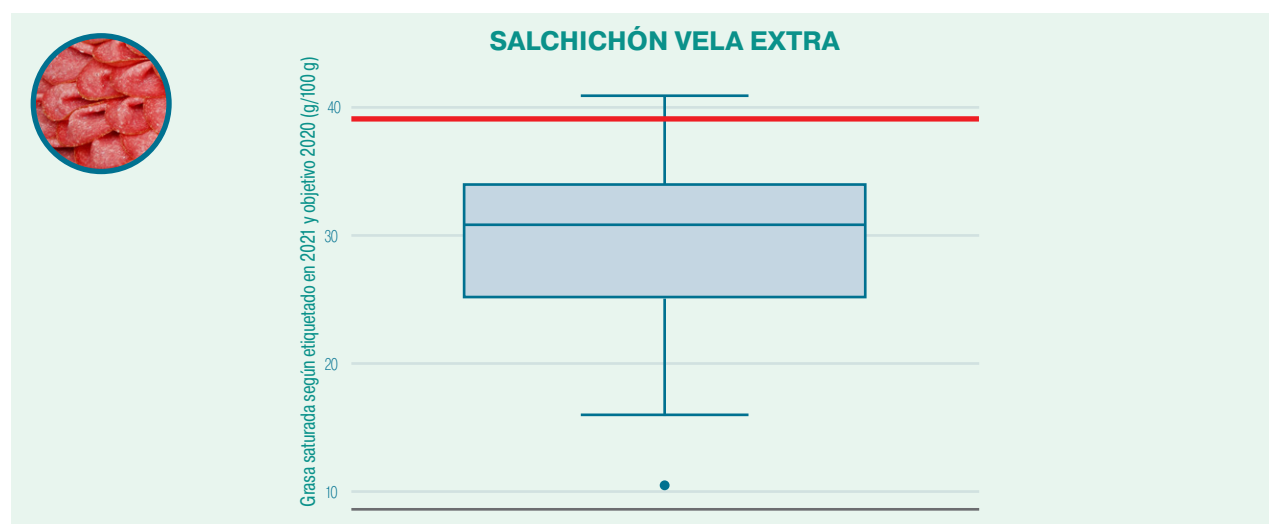
CONTENIDO MEDIANO EN SAL

	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Sal (g/100 g)	97	3,9	3,5	3,5	10,3%	Sí	29,9%



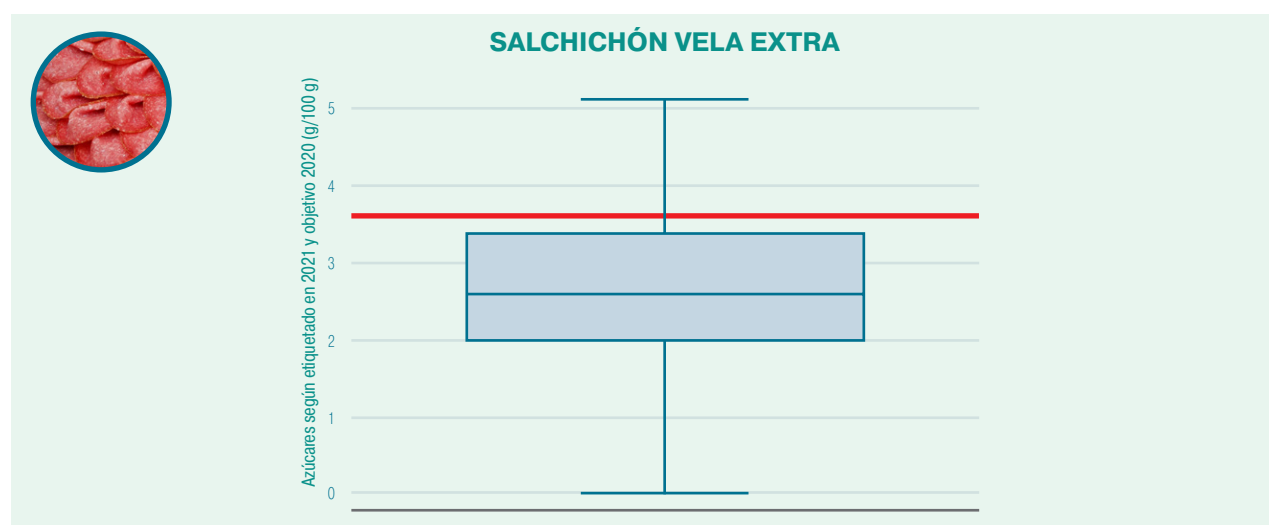
CONTENIDO MEDIANO EN GRASA TOTAL

	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Grasa total (g/100 g)	97	41	38,95	30,8	24,9%	Sí	3,1%

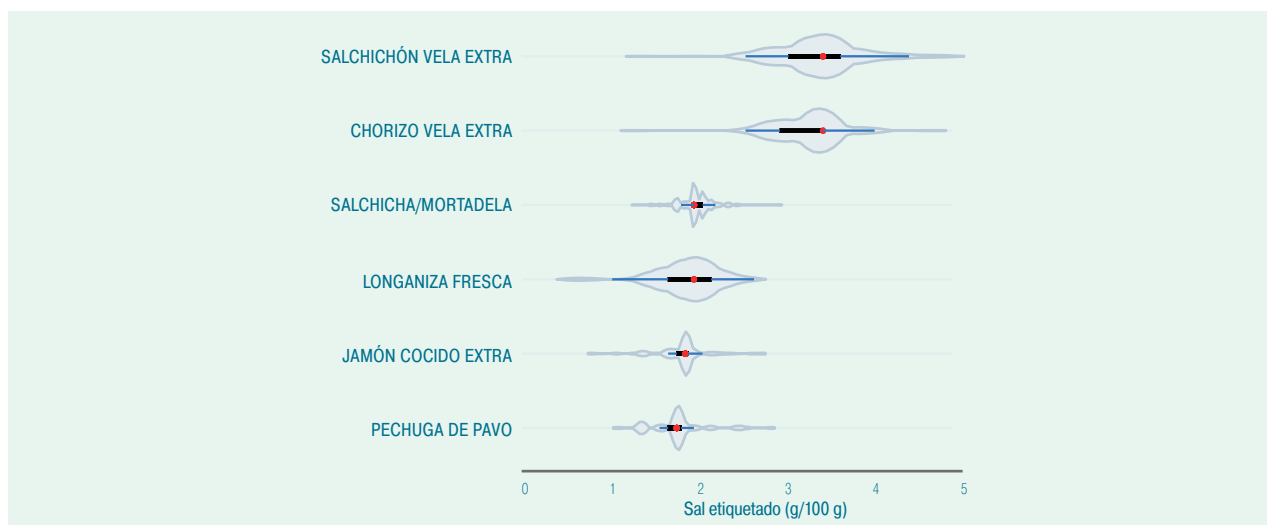


CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES

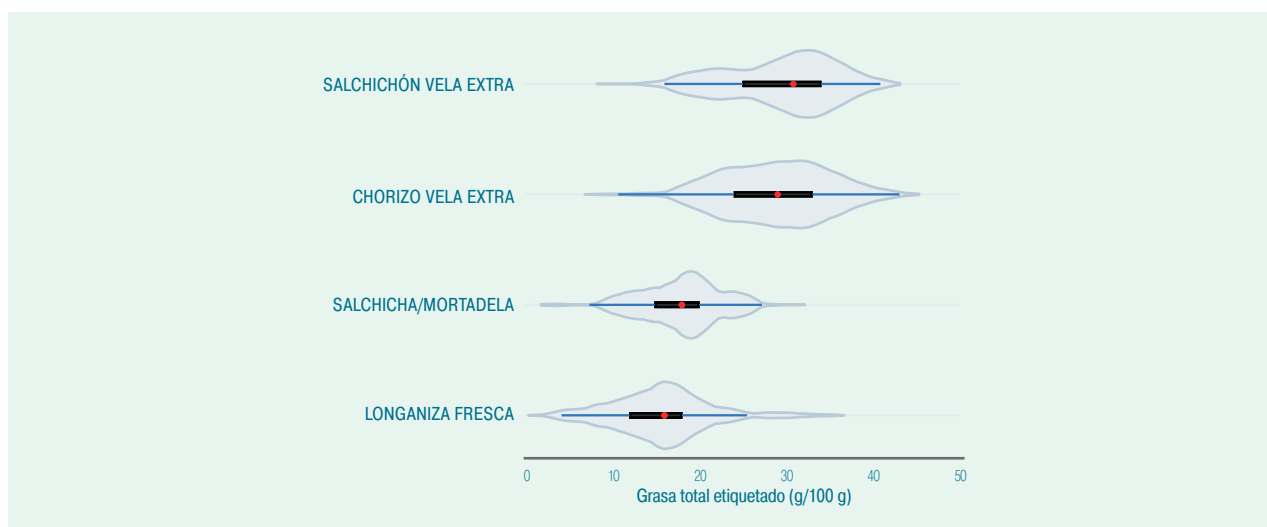
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	97	4	3,6	2,6	35,0%	Sí	7,2%



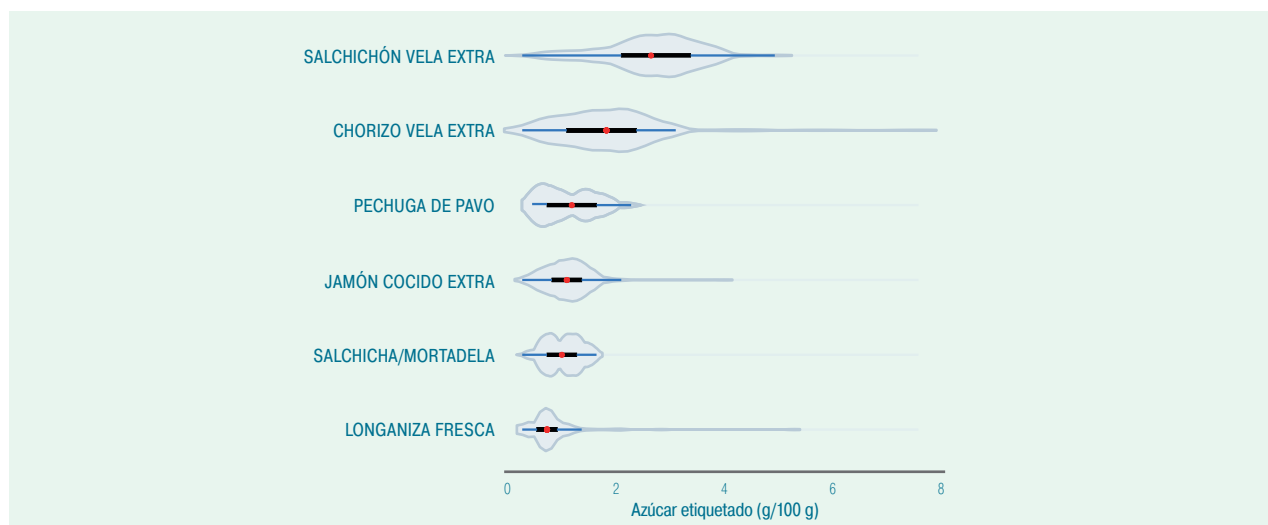
Resumen del contenido en sal según etiquetado de la categoría derivados cárnicos



Resumen del contenido en grasa total según etiquetado de la categoría derivados cárnicos



Resumen del contenido en azúcares según etiquetado de la categoría derivados cárnicos



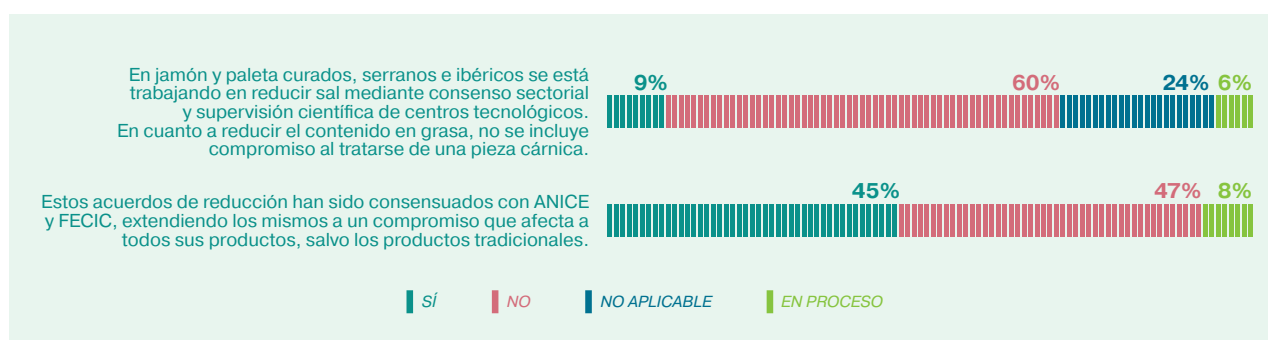
MEDIDAS CUALITATIVAS

Los compromisos generales se han evaluado con el resto de los sectores de la fabricación y distribución.

Para el grupo de derivados cárnicos se establecieron 2 compromisos cualitativos específico con las empresas de fabricación. Se han recibido cuestionarios de 117 empresas y se han evaluado 116, puesto que 1 empresa no ha indicado la conformidad de la veracidad de los datos.

El 45% de las empresas han manifestado extender los acuerdos de reducción a un compromiso que afecta a todos los productos, alguna empresa comenta que solo tiene productos tradicionales o que se ha ajustado a reducir en las subcategorías acordadas en el PLAN. El 9% de las empresas afirman estar trabajando en una propuesta de reducción en jamón y paleta curados, serranos e ibéricos y el 6% están en proceso. El 24% de las empresas (28 empresas han indicado no fabricar jamón ni paleta curados y 70 empresas han contestado NO sin incluir justificación.

Evaluación respuestas medidas cualitativas específicas derivados cárnicos



5.3.2.13. Categoría: productos lácteos

MEDIDAS CUANTITATIVAS

Compromisos

- **Reducción del 10% del contenido mediano de azúcares añadidos en 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.**
- **Reducciones del contenido en azúcares añadidos en productos: flan de huevo (3,5%), natillas de vainilla (6%), yogur griego azucarado (5%), yogur griego con frutas (6,6%) y arroz con leche (7,4%).**

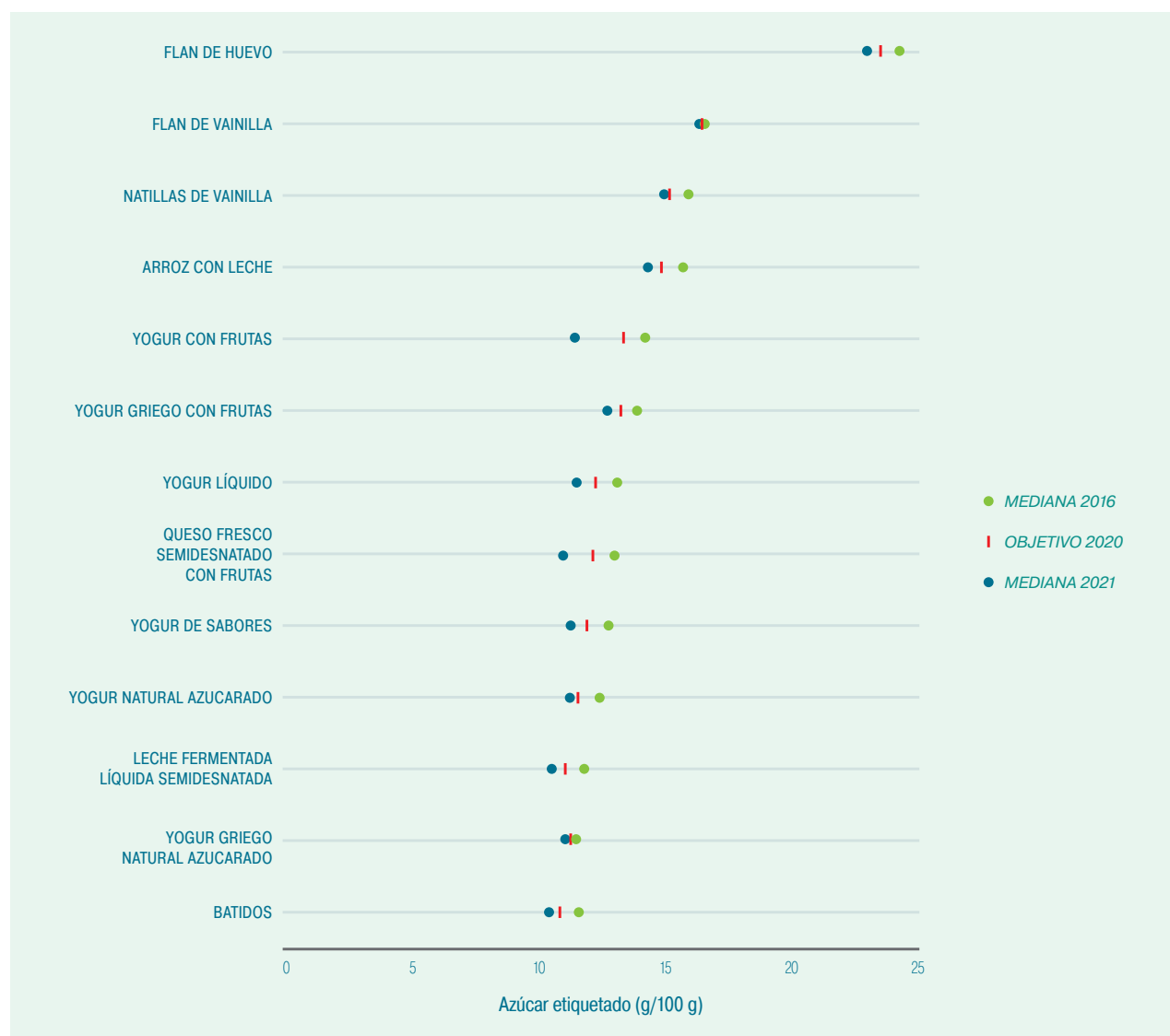
Con relación a la evaluación del cumplimiento de los acuerdos de reducción del contenido en azúcares añadidos del PLAN de la categoría de productos lácteos los datos del estudio de composición de alimentos de 2021 muestran lo siguiente:

- Reducción del contenido en azúcares en todas las subcategorías analizadas.
- Se ha alcanzado el objetivo 2020 en todos los acuerdos y en todas las subcategorías. Además, el porcentaje de reducción ha sido mayor que el acordado en todas las subcategorías.
- El porcentaje de productos cuyo contenido en azúcares es superior al objetivo 2020 es muy variable entre las subcategorías: en algunas subcategorías como arroz con leche y flan de vainilla el 30% de los productos tienen un contenido en azúcares superior al objetivo 2020, en algunas subcategorías como yogur líquido o yogur con frutas menos del 10% de los productos tienen un contenido en azúcares superior al objetivo 2020. Por último, en la subcategoría *Queso fresco semidesnatado con fruta tipo petit (fresa-plátano)* todos los productos tienen un contenido en azúcares inferior al objetivo 2020.

Por otro lado, todos los productos de todas las subcategorías cumplen con los rangos de tolerancias (**ANEXO 3**) establecidos para los valores de contenido en azúcares del etiquetado.



Contenido mediano en azúcares según etiquetado 2016, objetivo 2020 y etiquetado 2021

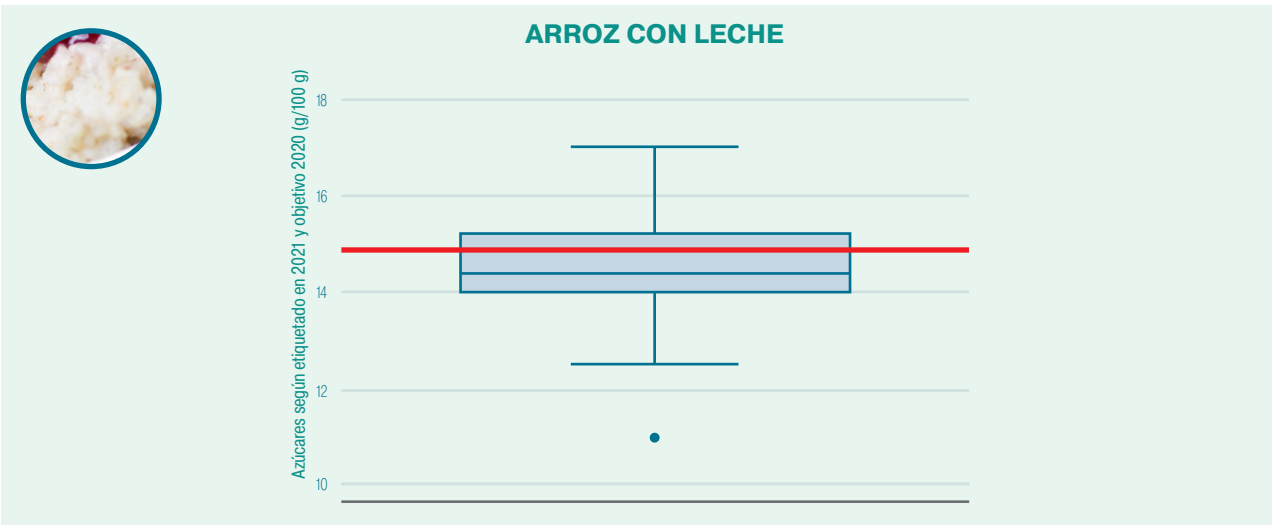


Resultados por subcategorías

SUBCATEGORÍA: ARROZ CON LECHE

CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES							
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	25	15,8	14,88	14,4	8,9% (*)	Sí	32,0%

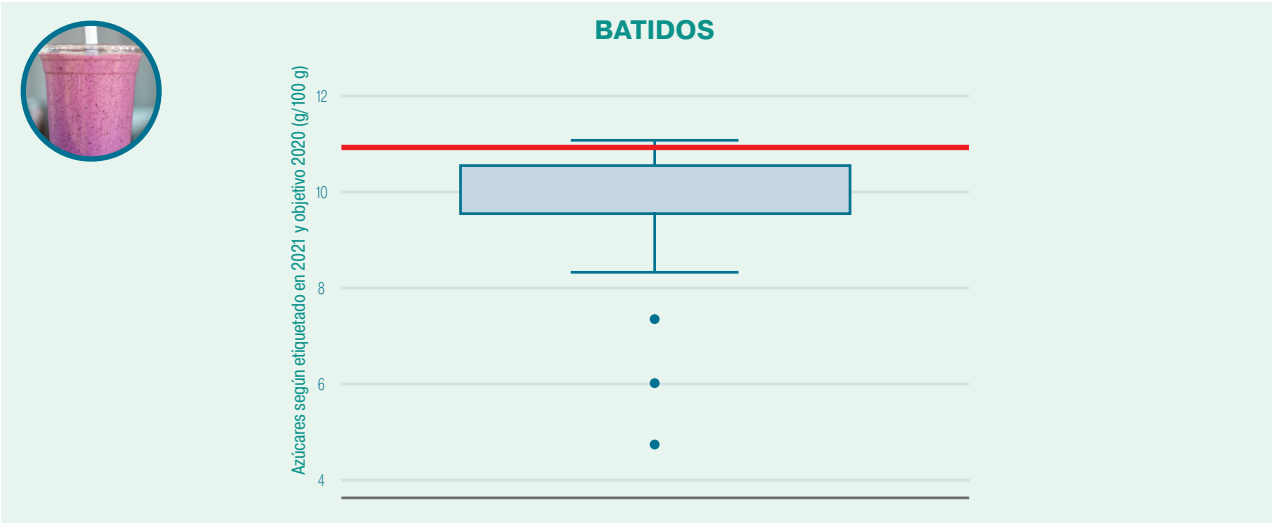
(*) Datos de reducción de azúcares totales. Estimación de la reducción de azúcares añadidos 11,2%.



SUBCATEGORÍA: BATIDOS

CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES						
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN % PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	70	11,6	10,89	10,5	9,5% (*)	Sí 14,3%

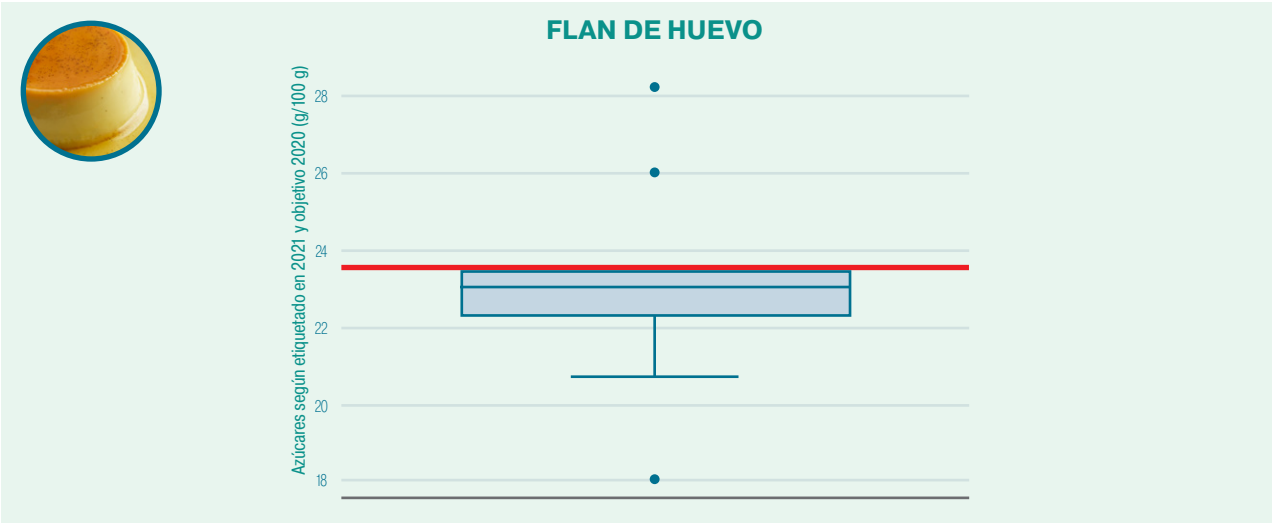
(*) Datos de reducción de azúcares totales. Estimación de la reducción de azúcares añadidos 15,5%.



SUBCATEGORÍA: FLAN DE HUEVO

CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES							
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	21	24,3	23,57	23,0	5,3% (*)	Sí	9,5%

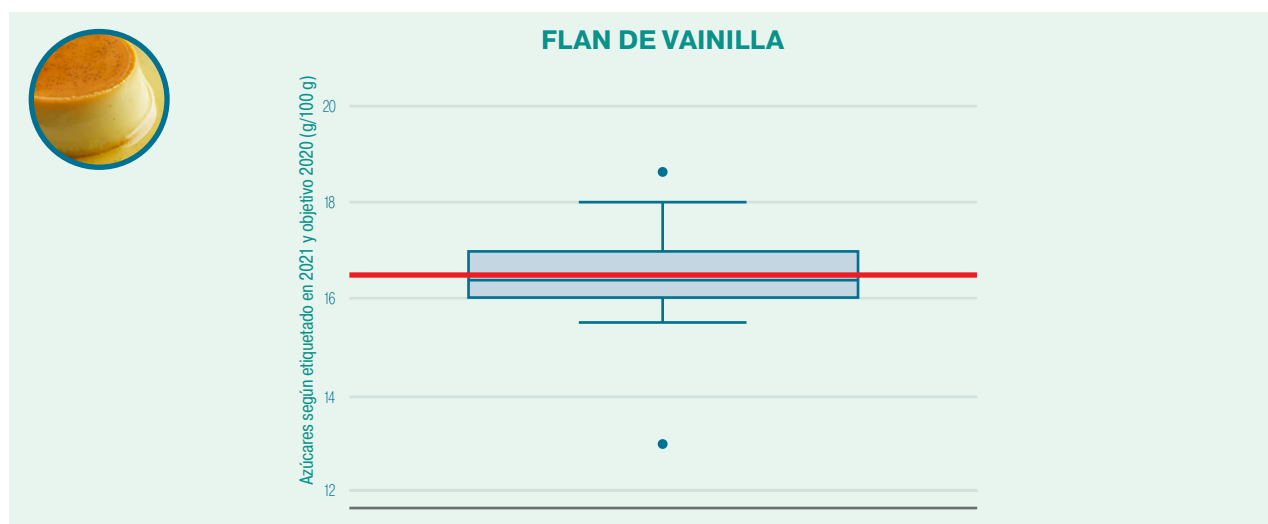
(*) Datos de reducción de azúcares totales. Estimación de la reducción de azúcares añadidos 6,1%.



SUBCATEGORÍA: FLAN DE VAINILLA

CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES

	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	17	16,5	16,5	16,4	0,6%	Sí	29,4%

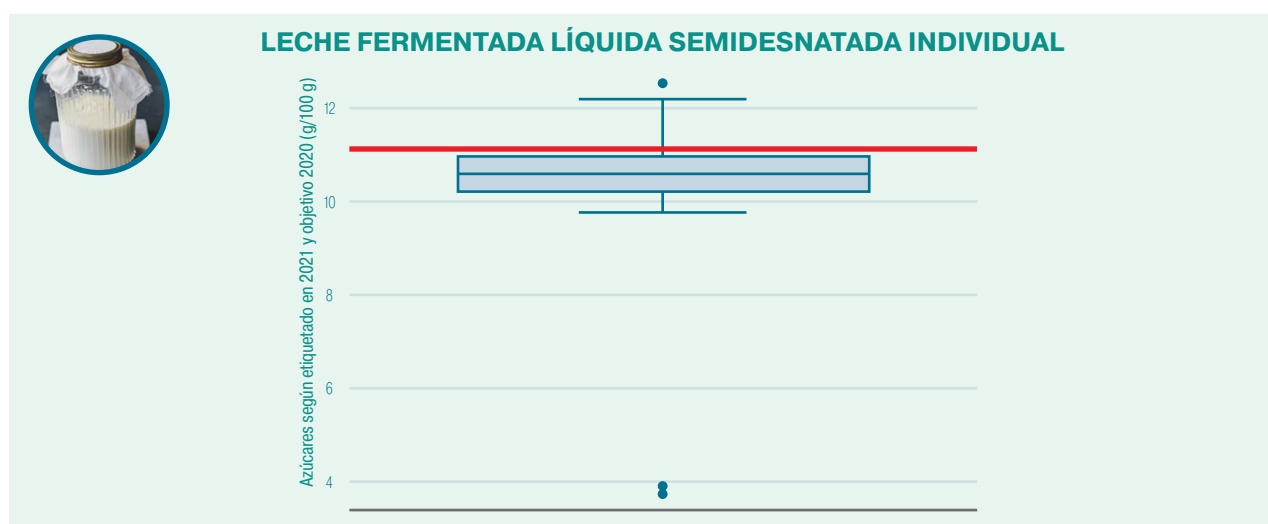


SUBCATEGORÍA: LECHE FERMENTADA LÍQUIDA SEMIDESNATADA INDIVIDUAL

CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES

	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	51	11,85	11,08	10,6	10,5% (*)	Sí	11,8%

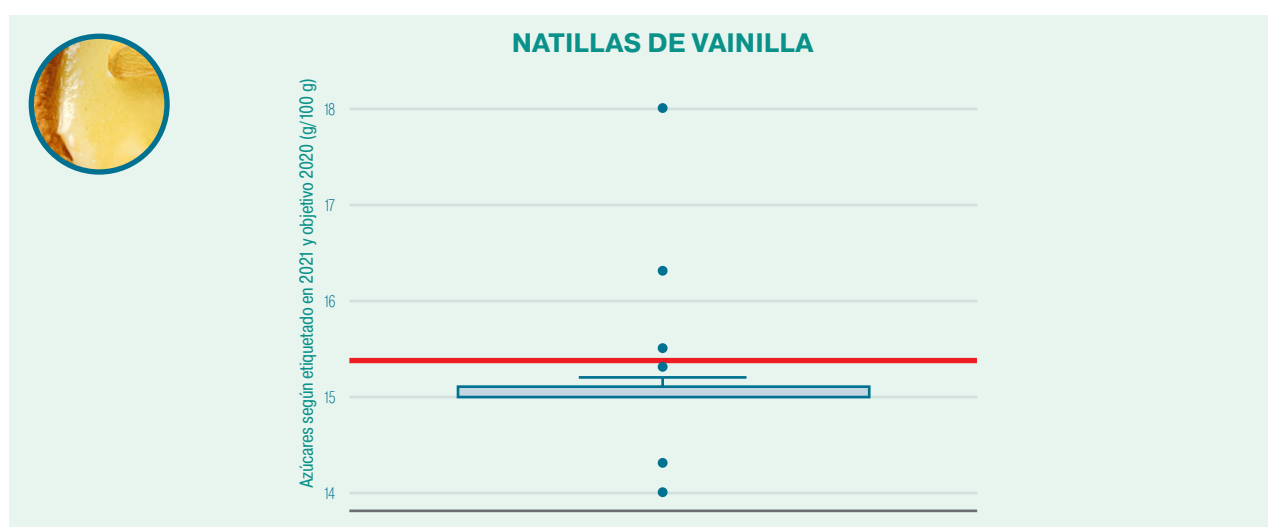
(*) Datos de reducción de azúcares totales. Estimación de la reducción de azúcares añadidos 16,1%.



SUBCATEGORÍA: NATILLAS DE VAINILLA

CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES							
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	22	16	15,36	15,0	6,3% (*)	Si	13,6%

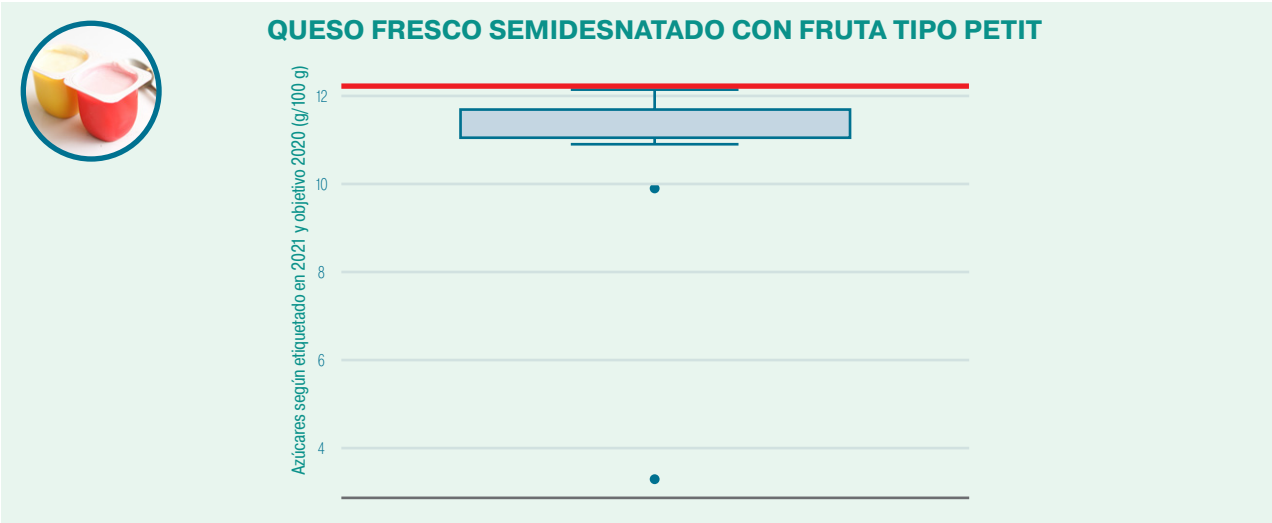
(*) Datos de reducción de azúcares totales. Estimación de la reducción de azúcares añadidos 9,3%.



SUBCATEGORÍA: QUESO FRESCO SEMIDESNATADO CON FRUTA TIPO PETIT

CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES						
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN
Azúcares (g/100 g)	26	13,1	12,19	11,0	16,0% (*)	Sí

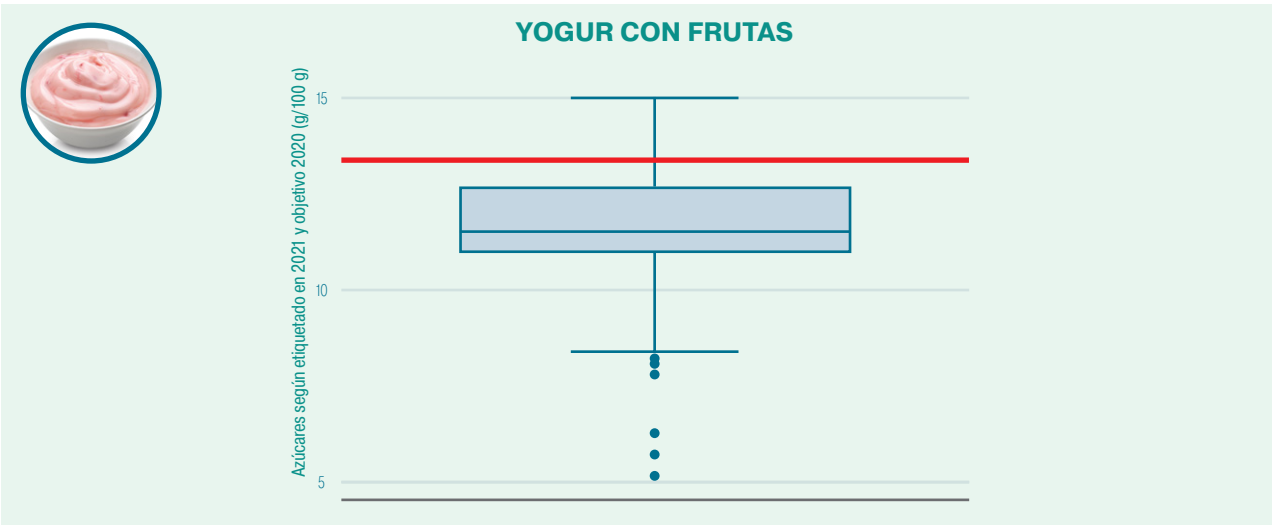
(*) Datos de reducción de azúcares totales. Estimación de la reducción de azúcares añadidos 23%.



SUBCATEGORÍA: YOGUR CON FRUTAS

CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES						
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN % PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	92	14,3	13,4	11,6	19,2% (*)	Sí 7,6%

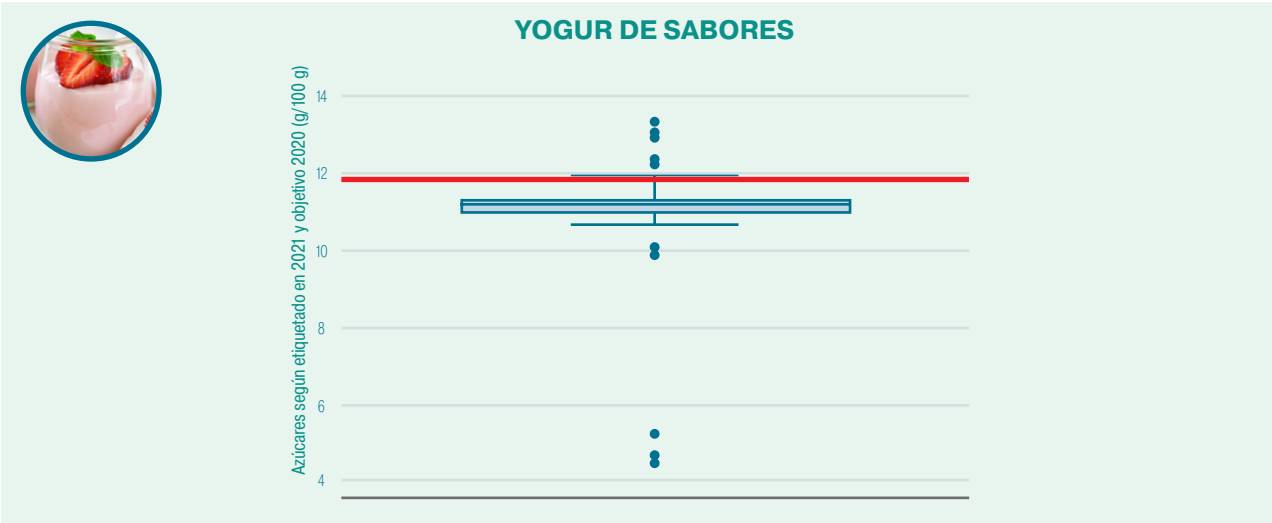
(*) Datos de reducción de azúcares totales. Estimación de la reducción de azúcares añadidos 28,7%.



SUBCATEGORÍA: YOGUR DE SABORES

CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES							
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	167	12,8	11,92	11,3	11,7% (*)	Sí	18,6%

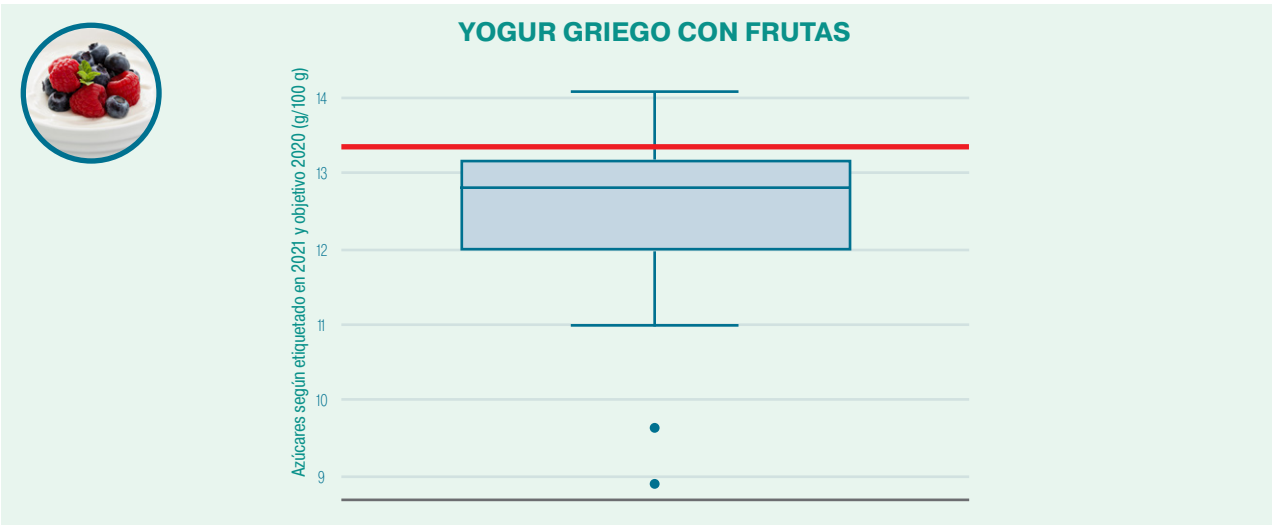
(*) Datos de reducción de azúcares totales. Estimación de la reducción de azúcares añadidos 17%.



SUBCATEGORÍA: YOGUR GRIEGO CON FRUTAS

CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES							
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	57	13,9	13,35	12,8	7,9% (*)	Sí	12,3%

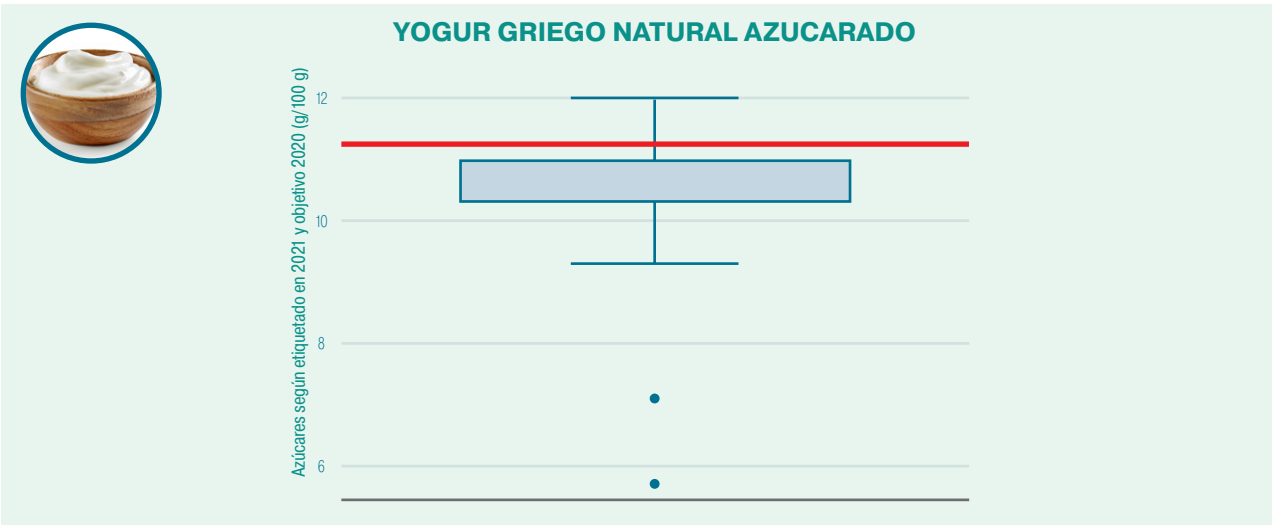
(*) Datos de reducción de azúcares totales. Estimación de la reducción de azúcares añadidos 13,3%.



SUBCATEGORÍA: YOGUR GRIEGO NATURAL AZUCARADO

CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES							
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	24	11,6	11,26	11,0	5,2% (*)	Sí	8,3%

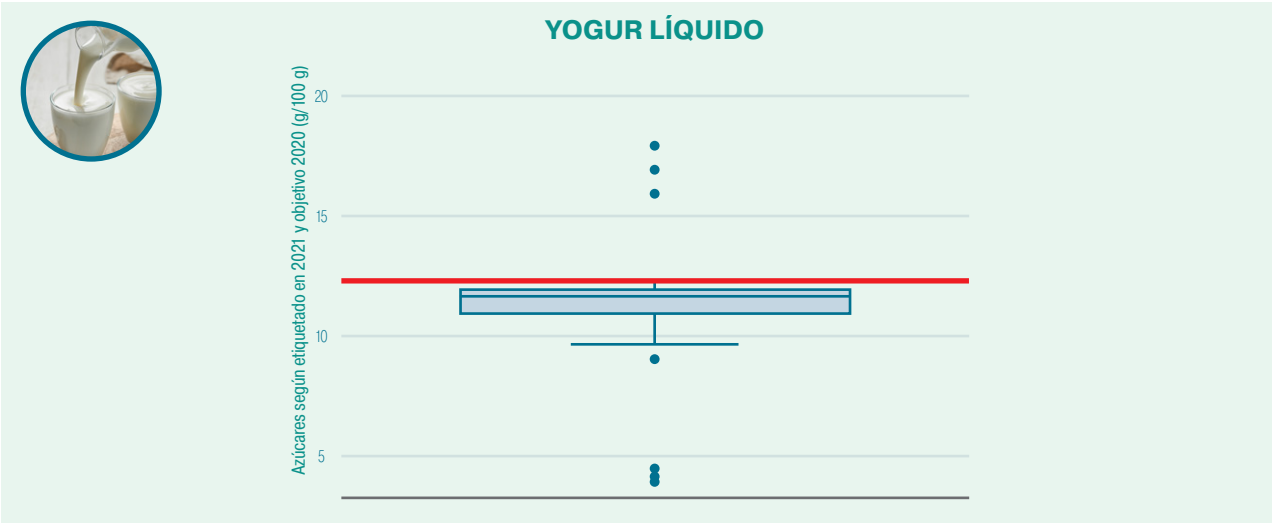
(*) Datos de reducción de azúcares totales. Estimación de la reducción de azúcares añadidos 8,9%.



SUBCATEGORÍA: YOGUR LÍQUIDO

CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES							
	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	91	13,15	12,27	11,6	11,8% (*)	Sí	5,5%

(*) Datos de reducción de azúcares totales. Estimación de la reducción de azúcares añadidos 17,6%.

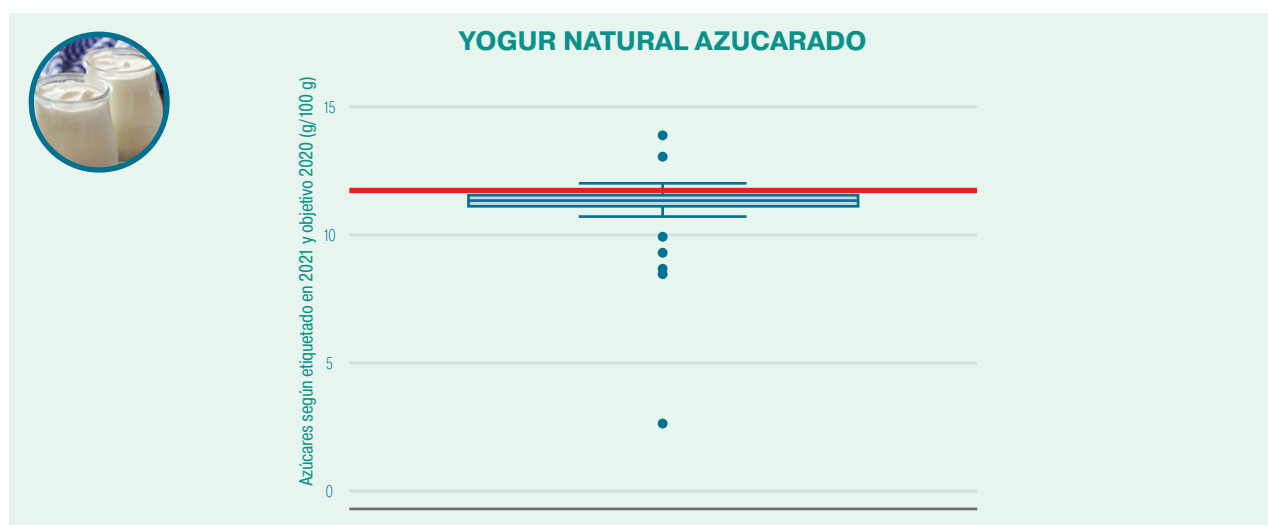


SUBCATEGORÍA: YOGUR NATURAL AZUCARADO

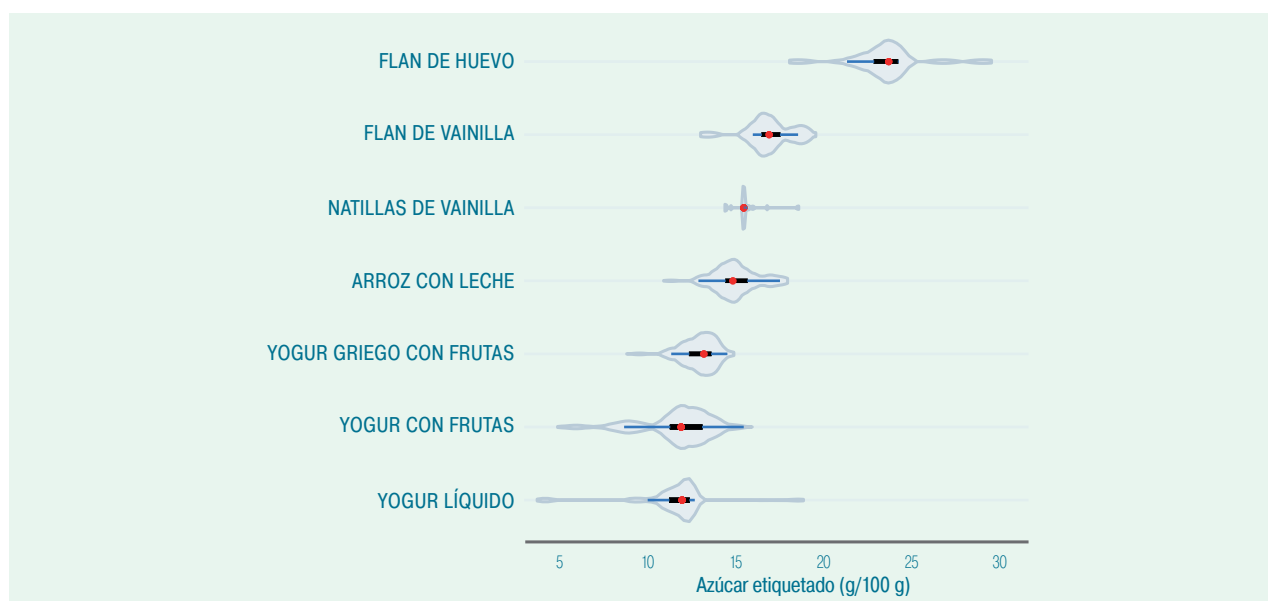
CONTENIDO MEDIANO EN AZÚCARES

	N	ETIQUETADO 2016	OBJETIVO 2020	ETIQUETADO 2021	% REDUCCIÓN	CUMPLIMIENTO PLAN	% PRODUCTOS POR ENCIMA OBJ. 2020
Azúcares (g/100 g)	38	12,5	11,6	11,3	9,6% (*)	Sí	13,2%

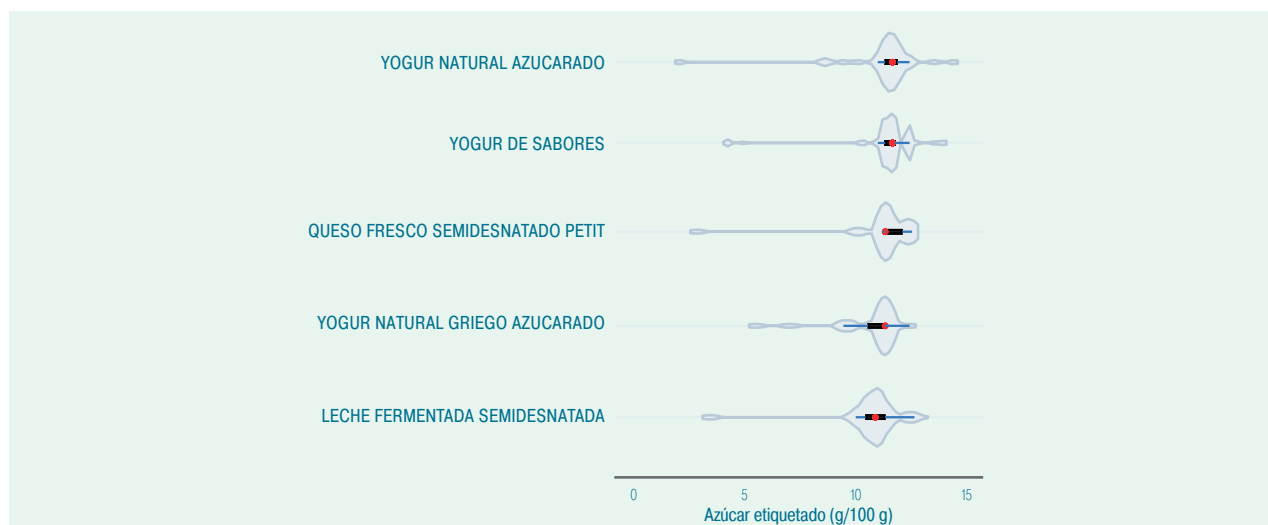
(*) Datos de reducción de azúcares totales. Estimación de la reducción de azúcares añadidos 14,1%.



Resumen del contenido en azúcares según etiquetado de la categoría productos lácteos



Resumen del contenido en azúcares según etiquetado de la categoría productos lácteos



MEDIDAS CUALITATIVAS

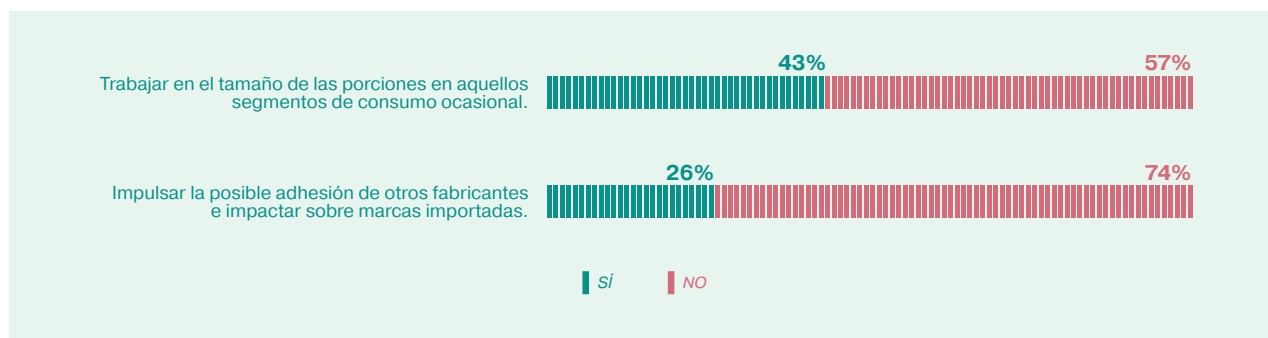
Los compromisos generales se han evaluado con el resto de los sectores de la fabricación y distribución.

Para el grupo de productos lácteos se establecieron 2 compromisos cualitativos específicos con las empresas de fabricación. Se han recibido y evaluado cuestionarios de 23 empresas.

El 26% de las empresas manifiestan impulsar la posible adhesión de otros fabricantes e impactar sobre marcas importadas, mientras que el 74% de las empresas ha contestado NO, la mayoría refieren no trabajar con marcas importadas.

El 43% de las empresas afirman trabajar en el tamaño de las porciones en aquellos segmentos de consumo ocasional mientras que el 57% de las empresas manifiestan no cumplir con este objetivo, la mayoría comentan que los formatos son conformes a las recomendaciones nutricionales de consumo de lácteos.

Evaluación respuestas cuestionarios cualitativos específicos de productos lácteos



5.3.3. Medidas cualitativas del sector de *distribución*

Las empresas del sector de la distribución se comprometieron con las medidas generales y las medidas cuantitativas de las distintas subcategorías de alimentos y bebidas, cuyo cumplimiento se ha evaluado de forma conjunta con los datos de las empresas del sector de la fabricación.

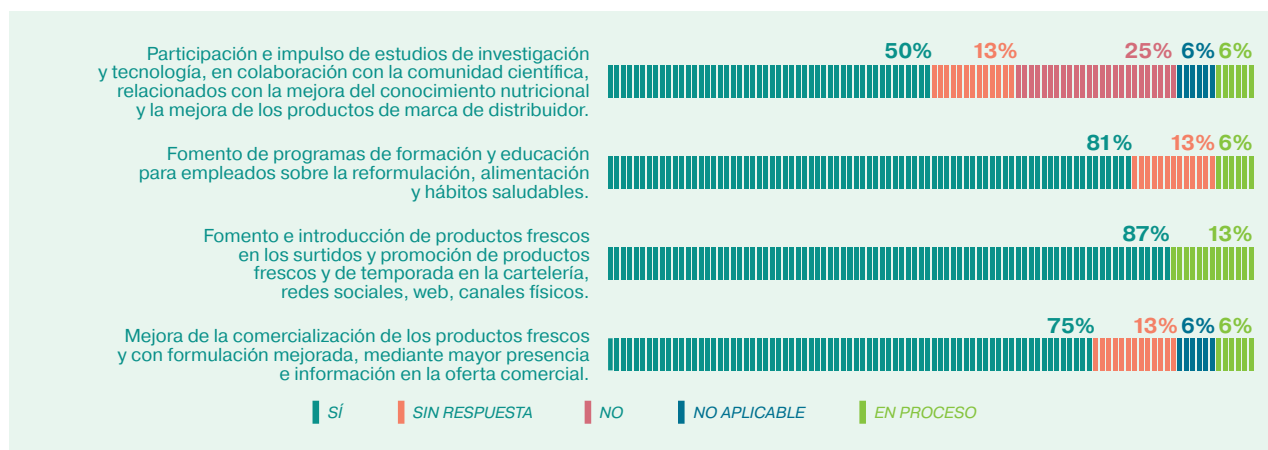
Además, se establecieron 4 medidas cualitativas específicas con las empresas del sector de la distribución. En total se han recibido cuestionarios de 18 empresas y se han evaluado las respuestas de 16 cuestionarios, puesto que en 2 de ellos no estaba marcada la casilla de conformidad de veracidad de los datos.

El compromiso que mayor número de empresas manifiesta cumplir (88% empresas) es el fomento e introducción de productos frescos en los surtidos y promoción de productos frescos y de temporada en la cartelería, redes sociales, web, canales físicos.

Por el contrario, el que menos empresas ha indicado cumplir (50% de las empresas) es la participación e impulso de estudios de investigación y tecnología, en colaboración con la comunidad científica, relacionados con la mejora del conocimiento nutricional y la mejora de los productos de marca de distribuidor.

Para 3 de las 4 medidas el 13% de las empresas no ha contestado sobre su cumplimiento.

Evaluación respuestas medidas cualitativas específicas del sector de distribución



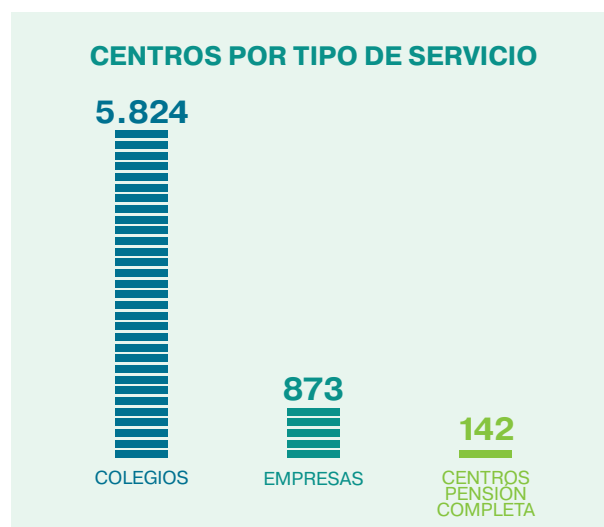
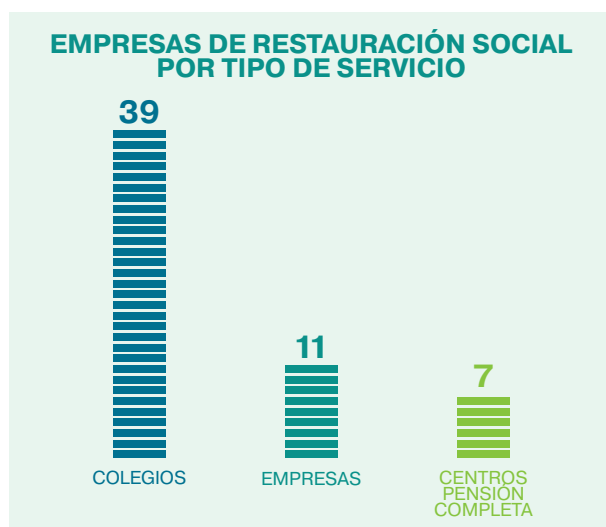
5.4. COMPROMISOS DE MEJORA DE LA OFERTA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE LOS SECTORES DE ALIMENTACIÓN FUERA HOGAR

En este apartado se recoge la información global del cumplimiento de los compromisos cuantitativos y cualitativos de los sectores de restauración social, restauración moderna y distribución automática. Las tablas con la información detallada se recogen en el **ANEXO 8**.

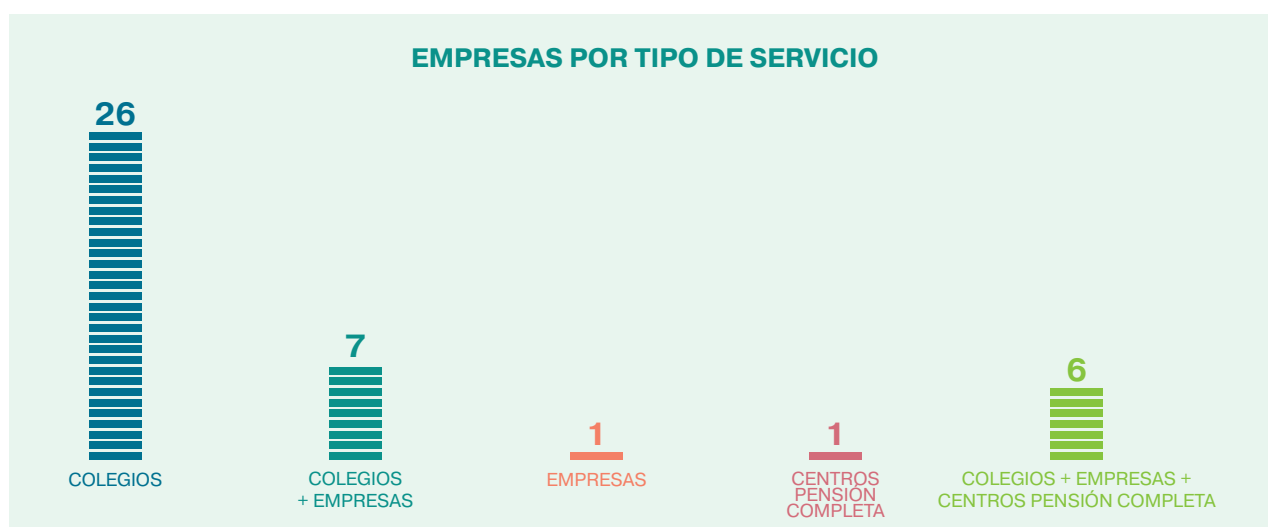
5.4.1. Compromisos con el sector de restauración social

Los cuestionarios de evaluación han sido respondidos por 41 empresas de restauración social que dan servicio a un total de 6.839 centros de los que se disponía de toda la información necesaria para calcular todos los indicadores:

- 39 dan servicio a 5.824 colegios.
- 11 dan servicio a 873 comedores de Empresas, Cafeterías de Hospitales, Centros de Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado y Centros de Administraciones Públicas.
- 7 a 142 centros con pensión completa.



- De las 41 empresas, 28 dan solo un tipo de servicio (26 a colegios, 1 a empresas y 1 a centros con pensión completa); 7 dan más de un tipo de servicio, a colegios y empresas y 6 dan los tres tipos de servicios (colegios, empresas y centros con pensión completa).



MEDIDAS CUANTITATIVAS

El cumplimiento global de los compromisos del PLAN ha sido:

- 1) **Se han alcanzado los objetivos:** aumento de la oferta de segundos platos a base de **carnes magras**, con **guarnición de hortalizas, verduras o legumbres** (excepto en los servicios de pensión completa), **pescado**, platos cocinados a la **plancha**, cocción y horno, sin añadir sofritos o salsas elaboradas (excepto en los colegios) y **fruta fresca de temporada de postre** (excepto en las empresas).

Existen una serie de objetivos para los que, pese a haberse **logrado cumplir el objetivo de forma global**, existe todavía un porcentaje importante de **centros que no alcanzan dicho objetivo** y que aún tienen margen de mejora. Se trata de los objetivos relativos al aumento de oferta de **pan integral** como alternativa al pan blanco, **fruta fresca** de temporada de postre, **yogur natural no azucarado**, platos a base de **legumbres** (excepto en los servicios de pensión completa), **primeros platos** a base de **hortalizas y verduras** (excepto en las empresas) y disminución de **platos precocinados fritos** (croquetas, San Jacobo, empanadillas...).

- 2) **No se han alcanzado los objetivos:**

a) Pero existe una mejora desde 2016.

- i) Colegios: aumento de la oferta de **platos cocinados a la plancha, cocción y horno** sin añadir sofritos o salsas elaboradas.
- ii) Centros con Pensión Completa: aumento de la oferta de **yogur natural no azucarado, biscotes/pan sin sal y galletas sin azúcar**.

b) No se observan mejoras desde 2016.

- i) En comedores de Empresas: aumento de la oferta de **primeros platos a base de hortalizas-verduras**.
- ii) En Centros con Pensión Completa: aumento de segundos platos con **guarnición de hortalizas, verduras o legumbres, carnes magras y primeros platos** a base de **legumbres**.

Por tipo de servicio:

- 1) Colegios:** todos los indicadores han mejorado. El aumento de **platos cocinados a la plancha, y cocción y horno**, sin añadir sofritos o salsas elaboradas, aun habiendo mejorado respecto a 2016, no ha cumplido el compromiso del PLAN.
- 2) Comedores de empresas, cafeterías de hospitales, Fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado y Centros de Administraciones Públicas:** todas las medidas han cumplido el PLAN, excepto la relativa **al aumento de la oferta de primeros platos a base de hortalizas-verduras**, que tampoco ha mejorado con respecto a 2016.
- 3) Los Centros de Pensión Completa** son los que han alcanzado los objetivos en menor medida, existiendo tres medidas que pese a haber mejorado, no han cumplido los objetivos del PLAN (aumento de la oferta de **yogur natural no azucarado, de biscoques/pan sin sal y de galletas sin azúcar**) y tres medidas que además de no alcanzar los objetivos tampoco mejoran respecto a 2016 (aumento de la oferta de segundos platos con **guarnición de hortalizas, las verduras o legumbres**, las **carnes magras** como segundo plato y los **primeros platos** a base de **legumbres**).

La siguiente tabla recoge el resumen del cumplimiento de los compromisos por tipo de servicio (Colegio / Empresas / Centros con Pensión Completa), considerando si se ha alcanzado el compromiso del PLAN y si ha habido o no mejora en caso de no haberse alcanzado.



RESUMEN DEL CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS CON EL SECTOR DE RESTAURACIÓN SOCIAL - MEDIDAS CUANTITATIVAS

COMPROMISOS CUANTITATIVOS			
TIPO DE SERVICIO	HA MEJORADO		NO HA MEJORADO
	ALCANZA OBJETIVOS DEL PLAN	NO ALCANZA OBJETIVOS DEL PLAN	NO ALCANZA OBJETIVOS DEL PLAN
COLEGIOS	Aumentar la oferta de platos a base de de carnes magras frente a otras carnes, como segundo plato , en centros donde se oferta carne una vez a la semana (veces/mes)	Aumentar la oferta de platos cocinados a la plancha, y cocción y horno, sin añadir sofritos o salsas elaboradas (veces/mes)	
	Aumentar la oferta de pan integral como alternativa al pan blanco (días/semana)		
	Disminuir la oferta de platos precocinados fritos (croquetas, San Jacobo, empanadillas...) tanto en platos principales como de acompañamiento (porcentaje al mes)		
EMPRESAS CAFETERÍAS DE HOSPITALES FUERZAS Y CUERPOS DE SEGURIDAD DEL ESTADO CENTROS DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS	1 MENÚ SIN ELECCIÓN	Aumentar la oferta de platos de pescado como segundo plato (veces/semana)	
		Aumentar la oferta de platos a base de carnes magras como segundo plato/total oferta de carnes (veces/semana)	Aumentar la oferta de primeros platos a base de hortalizas incluidas las verduras (veces/semana)
		Aumentar la oferta de opciones de postre: fruta fresca de temporada (entera o manipulada, p.ej. Macedonia)	
VARIOS MENÚS		Aumentar la oferta de yogur natural no azucarado frente al total de oferta de productos lácteos (porcentaje al mes)	
		Aumentar la oferta de platos cocinados a la plancha, cocción y horno, sin añadir sofritos o salsas elaboradas (veces/mes)	
		Aumentar la oferta de segundos platos con guarnición de hortalizas, incluidas verduras o legumbres (veces/semana)	
		Disminuir la oferta de platos precocinados fritos (croquetas, San Jacobo, empanadillas (de todos los productos servidos incluido acompañamiento) (al mes)	
		Aumentar la oferta de primeros platos a base de legumbres (veces/semana)	

Indicadores con elevado cumplimiento; Indicadores con un porcentaje importante de centros que no alcanzan el objetivo; Indicadores que no cumplen.

CONTINÚA EN PÁGINA SIGUIENTE >

RESUMEN DEL CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS CON EL SECTOR DE RESTAURACIÓN SOCIAL - MEDIDAS CUANTITATIVAS (CONTINUACIÓN)

COMPROMISOS CUANTITATIVOS			
TIPO DE SERVICIO	HA MEJORADO		NO HA MEJORADO
	ALCANZA OBJETIVOS DEL PLAN	NO ALCANZA OBJETIVOS DEL PLAN	NO ALCANZA OBJETIVOS DEL PLAN
PENSIÓN COMPLETA	TODOS LOS CENTROS	Aumentar la oferta de platos cocinados a la plancha, cocción y horno, sin añadir sofritos o salsas elaboradas (veces/mes) Aumentar la oferta de yogur natural no azucarado frente al total de la oferta de productos lácteos Aumentar la oferta de biscotes/pan sin sal frente al total de oferta de biscotes Disminuir la ofertar de platos precocinados fritos (croquetas, San Jacobo, empanadillas...) al mes Aumentar la oferta de galletas sin azúcar frente al total de oferta de galletas	
	1 OPCIÓN DE MENÚ	Aumentar la oferta de opciones de postre: fruta fresca de temporada (entera o manipulada, p.ej. macedonia) Aumentar la oferta de segundos platos con guarnición de hortalizas, incluidas las verduras o legumbres (veces/semana)	
	VARIOS MENÚS PARA ELEGIR	Aumentar la oferta de platos de pescado como segundo plato (veces/semana) Aumentar la oferta de primeros platos a base de hortalizas y verduras (veces/semana)	Aumentar la oferta a base de carnes magras como segundo plato (veces/semana) Aumentar la oferta de primeros platos a base de legumbres (veces/semana)

Indicadores con elevado cumplimiento; Indicadores con un porcentaje importante de centros que no alcanzan el objetivo; Indicadores que no cumplen.

MEDIDAS CUALITATIVAS

El cumplimiento global de los compromisos del PLAN ha sido en conjunto:

- 1) Únicamente **ha alcanzado el compromiso del PLAN** la medida de **promocionar mensajes saludables consensuados**, durante los meses que dure el curso lectivo escolar, en menús u otros soportes que permitan a las empresas la difusión de estos mensajes, **en los colegios**.
- 2) **No se ha alcanzado el objetivo, aunque si han mejorado respecto a 2016**: aumento de la oferta de **pan integral** como alternativa al pan blanco en **Empresas**, la promoción de **mensajes o consejos saludables de alimentación y actividad física** que concienticen al consumidor a través de los medios de difusión utilizados por las empresas y la **formación en nutrición y hábitos saludables al personal de cocina**.
- 3) **No se ha alcanzado el objetivo ni mejorado respecto a 2016** el aumento de oferta de **pan integral** en los **Centros de Pensión Completa**.

Por tipo de servicio:

- 1) Los mejores resultados se observan en el servicio a **Colegios**, al haber cumplido el PLAN en su compromiso cualitativo.
- 2) En el **Servicio a Empresas de cafeterías** de hospitales, fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado y Centros de Administraciones Públicas, no han cumplido con el PLAN ninguna de las medidas cualitativas, aunque todas han mejorado respecto a 2016.
- 3) Los servicios de **Pensión Completa** no han cumplido ninguna medida cualitativa.

La siguiente tabla recoge el resumen del cumplimiento de los compromisos por tipo de servicio, considerando si se ha cumplido el compromiso del PLAN y si ha habido o no mejora en caso de no haberse cumplido.



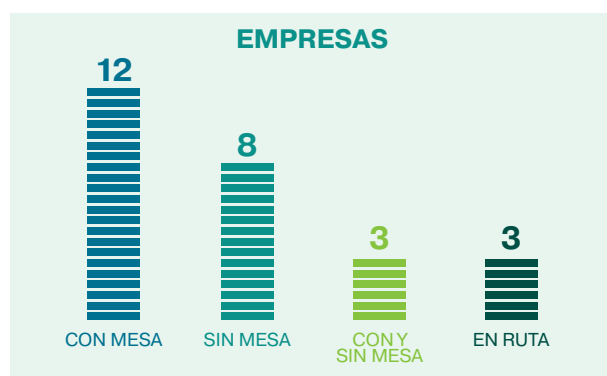
RESUMEN DEL CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS CON EL SECTOR DE RESTAURACIÓN SOCIAL - MEDIDAS CUALITATIVAS

COMPROMISOS CUALITATIVOS			
TIPO DE SERVICIO	HA MEJORADO		NO HA MEJORADO
	ALCANZA OBJETIVOS DEL PLAN	NO ALCANZA OBJETIVOS DEL PLAN	NO ALCANZA OBJETIVOS DEL PLAN
COLEGIOS	Promoción de mensajes saludables consensuados, durante los meses que dure el curso lectivo escolar, en menús u otros soportes que permitan a las empresas la difusión de estos mensajes		
EMPRESAS	Aumentar la oferta de pan integral como alternativa al pan blanco (en caso de que haya varios menús para elegir)		
CAFETERÍAS DE HOSPITALES	Colaborar en la promoción de mensajes o consejos saludables de alimentación y actividad física que conciencien al consumidor, a través de los medios de difusión utilizados por las empresas		
FUERZAS Y CUERPOS DE SEGURIDAD DEL ESTADO	Ofrecer formación en nutrición y hábitos saludables al personal de cocina de las empresas		
CENTROS DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS	Colaborar en la promoción de mensajes o consejos saludables de alimentación y actividad física que conciencien al consumidor, a través de los medios de difusión utilizados por las empresas		Aumentar la oferta pan integral
PENSIÓN COMPLETA	Ofrecer formación en nutrición y hábitos saludables al personal de cocina de las empresas		

Indicadores con elevado cumplimiento; Indicadores con un porcentaje importante de centros que no alcanzan el objetivo; Indicadores que no cumplen.

5.4.2. Compromisos con el sector de restauración moderna

Los cuestionarios de evaluación han sido respondidos por 24 empresas de restauración moderna que dan servicio a 4.198 establecimientos en el territorio nacional: 12 empresas dan servicio con mesa (727 establecimientos), 8 empresas dan servicio sin mesa (1.843 establecimientos), 3 empresas dan servicios de ambos tipos, con mesa y sin mesa, (1.213 establecimientos) y 3 dan servicio en ruta (415 establecimientos).



20 empresas dan un solo tipo de servicio, principalmente con mesa, 3 empresas combinan establecimientos con mesa y sin mesa y una empresa da los tres tipos de servicio.

MEDIDAS CUANTITATIVAS

El cumplimiento de los compromisos del PLAN ha sido en conjunto:

- 1) Los compromisos que han **alcanzado el objetivo**, son los relativos a la reducción del contenido de **sal** en sobres monodosis y al aumento de la utilización de **leche baja en grasa y desnatada** en los **desayunos y cafés**.
- 2) Los compromisos que **no han alcanzado el objetivo**, aunque **sí han mejorado** respecto a 2016 son los relativos a la reducción del contenido de **azúcar** en sobres monodosis.

La siguiente tabla recoge el resumen del cumplimiento de los compromisos, considerando si se ha cumplido el compromiso del PLAN, y si ha habido o no mejora desde 2016 en caso de no haberse cumplido.

RESUMEN DEL CUMPLIMIENTO DE COMPROMISOS EN LA RESTAURACIÓN MODERNA MEDIDAS CUANTITATIVAS			
COMPROMISOS CUANTITATIVOS			
TIPO DE SERVICIO	HA MEJORADO		NO HA MEJORADO
	ALCANZA OBJETIVOS DEL PLAN	NO ALCANZA OBJETIVOS DEL PLAN	NO ALCANZA OBJETIVOS DEL PLAN
TODOS LOS ESTABLECIMIENTOS (CON MESA, SIN MESA Y EN RUTA)	Reducción del contenido de sal en sobres monodosis	Reducción del contenido de azúcar en sobres monodosis	
ESTABLECIMIENTOS CON SERVICIO EN MESA (CASUAL DINNING, FINE DINNING)	Aumentar la utilización de leche baja en grasa y desnatada en los desayunos y cafés		

Indicadores con elevado cumplimiento; Indicadores con un porcentaje importante de centros que no alcanzan el objetivo; Indicadores que no cumplen.

MEDIDAS CUALITATIVAS

En conjunto, todas las medidas han mejorado respecto al cumplimiento declarado por las empresas en 2016.

- 1) Los compromisos que **han alcanzado los objetivos del PLAN**, son los relativos a la **ausencia de saleros y salseros en las mesas**, la **disminución del tamaño de porciones** o **aumento de los platos para compartir**, aumento de **platos horneados, cocinados**

al vapor o plancha, el uso de **aceite de girasol, girasol alto oleico y/u oliva** en los procesos de **fritura** (excepto en los servicios sin mesa), disponibilidad de **alternativas al pan blanco** y aumento de la oferta de **cereales integrales** (excepto en los servicios con mesa) y la **disponibilidad de leche baja en grasa y desnatada** (excepto en los servicios sin mesa).

- 2) Los compromisos que **han mejorado**, pero **no han alcanzado el objetivo** son la **adquisición de productos reformulados** en los tres tipos de servicios, la disponibilidad de **alternativas al pan blanco en los servicios con mesa** y de **leche baja en grasa y desnatada en los servicios sin mesa**.

Por tipo de servicio, todos han logrado mejorar todas las medidas, siendo aquellos que no prestan servicio en mesa los que presentan mayor número de medidas que no han alcanzado los objetivos del PLAN.

La siguiente tabla recoge el resumen del cumplimiento de los compromisos por tipo de servicio, considerando si se ha cumplido el compromiso del PLAN y si ha habido o no mejora en caso de no haberse cumplido.

RESUMEN DEL CUMPLIMIENTO DE COMPROMISOS EN LA RESTAURACIÓN MODERNA MEDIDAS CUALITATIVAS

COMPROMISOS CUALITATIVOS

TIPO DE SERVICIO	HA MEJORADO		NO HA MEJORADO
	ALCANZA OBJETIVOS DEL PLAN	NO ALCANZA OBJETIVOS DEL PLAN	NO ALCANZA OBJETIVOS DEL PLAN
CON SERVICIO EN MESA	Ausencia de saleros y salseros en las mesas. Estarán a disposición del cliente bajo petición	Adquisición de productos reformulados	
	Utilización de aceite de girasol, girasol alto oleico y/u oliva en los procesos de fritura		
	Disminución de tamaño de porciones o incremento de la oferta de platos para compartir	Disponer de alternativas al pan blanco y/o aumentar la oferta de cereales integrales	
	Aumentar la oferta de platos preparados con técnicas culinarias como horneado, vapor y plancha frente a frituras		
SIN SERVICIO EN MESA	Disminución de tamaño de porciones o incremento de la oferta de: platos para compartir, productos de distintos tamaños	Utilización de aceite de girasol y girasol alto oleico en los procesos de fritura	
		Adquisición de productos reformulados	
	Disponer de alternativas al pan blanco y/o aumentar la oferta de cereales integrales	Disponer de leche baja en grasa y desnatada en los desayunos y cafés servidos a lo largo de todo el día	
SERVICIO EN RUTA	Ausencia de saleros y salseros en las mesas. Estarán a disposición del cliente bajo petición	Adquisición de productos reformulados	
	Utilización de aceite de girasol, girasol alto oleico y/u oliva en los procesos de fritura		
	Disponer de leche baja en grasa y desnatada en los desayunos y cafés servidos a lo largo de todo el día		

Indicadores con elevado cumplimiento; Indicadores con un porcentaje importante de centros que no alcanzan el objetivo; Indicadores que no cumplen.

Respecto a los compromisos voluntarios, comunes a todos los tipos de servicio, no estaban sujetos a un objetivo ni disponen de un dato de referencia en 2016, por lo que se presenta el porcentaje de empresas que cumplen el objetivo en la evaluación de 2020, diferenciando si el porcentaje de empresas que lo cumplen está por encima del 75%, entre el 50% y el 75% o por debajo del 50%.

- Los compromisos con mayor cumplimiento (>75%) son los relativos a **ofertar aceite de oliva virgen para las ensaladas, incrementar el uso de grasas saludables** frente a las saturadas y aumentar la oferta de **verduras y hortalizas como guarnición**.
- Los compromisos con un cumplimiento entre el 50% y 7% son los relativos a la **disponibilidad de agua corriente** y al aumento de la oferta de **frutas y zumos de fruta como postre**.
- Los compromisos con un cumplimiento inferior al 50% son los relativos a la incorporación de **frutas en las ensaladas, uso de especias, oferta de frutas a lo largo del día, reformulación de productos, reducción de orificios en los saleros y aumento de guarniciones de legumbres**.

RESUMEN DE LA EVALUACIÓN DE COMPROMISOS COMUNES VOLUNTARIOS PARA TODOS LOS SERVICIOS - MEDIDAS CUALITATIVAS

COMPROMISOS VOLUNTARIOS. EVALUACIÓN 2020 N=32 (2 sin información)

>75%	50-75%	<50%
Ofertar al consumidor aceite de oliva virgen como aderezo para las ensaladas (93%)	Aumentar la disponibilidad de agua corriente a disposición del cliente, bajo petición (66%)	Incorporar la presencia de frutas en las ensaladas (46%)
Incrementar el uso de grasas o aceites de perfil nutricional más saludable como el aceite de oliva y de girasol en sustitución de ciertas grasas saturadas (en otras preparaciones que no sean frituras) (79%)	Aumentar la oferta de fruta y zumos de fruta como opción de postre (53%)	Aumentar la utilización de especias para reducir la sal añadida (45%)
Aumentar la oferta de guarniciones de verduras y hortalizas como alternativa a las patatas fritas (78%)		Ofertar frutas a lo largo de todo el día (en otras comidas) y no limitar su oferta a la alternativa de postre (40%)
		Nuestros socios impulsarán entre sus proveedores la reformulación de productos según los criterios firmados en cada una de las categorías de productos en el presente acuerdo por los diferentes sectores de la FIAB (19%)
		Reducción de los orificios de salida de las tapas de los saleros (18%)
		Aumentar la oferta de guarniciones de legumbres (18%)



5.4.3. Compromisos con el sector de la distribución automática

MEDIDAS CUANTITATIVAS

Se han recibido y analizado cuestionarios de 53 empresas. Todas ellas han indicado disponer de máquinas de bebidas calientes y bebidas frías y 52 empresas también disponen de máquinas de snacks.

Con relación al volumen de máquinas de distribución automática disponibles en el territorio nacional, la asociación sectorial ha manifestado la dificultad para poder cuantificar el número exacto de máquinas de que dispone cada empresa. Por ello, las empresas han aportado el dato del número de máquinas aproximado según un rango preestablecido. En la siguiente tabla se resumen los datos de número de máquinas en 3 rangos, por empresa y por tipo de máquina:

Nº DE EMPRESAS QUE INDICAN DISPONER DE UN Nº DE MÁQUINAS EN UN RANGO ESTABLECIDO DEPENDIENDO DEL TIPO DE MÁQUINA			
RANGO DE Nº MÁQUINAS	Nº EMPRESAS CON MÁQUINAS DE BEBIDAS FRIAS	Nº EMPRESAS CON MÁQUINAS DE BEBIDAS CALIENTES	Nº EMPRESAS CON MÁQUINAS DE SNACKS
Menos de 200	33	15	22
Entre 200-500	10	21	18
Más de 500	10	17	12
Total empresas	53	53	52

La mayoría de empresas con máquinas de bebidas frías han indicado que disponen de menos de 200 máquinas (62,3%).

En cuanto a las empresas que tienen máquinas de bebidas calientes casi un 40% han indicado disponer entre 200 y 500 máquinas y un 32% más de 500 máquinas.

Por último, un 42,3% de las empresas que tienen máquinas de snacks disponen de menos de 200 máquinas.

Las empresas del sector de la distribución automática se comprometieron con 5 medidas cuantitativas dependiendo del tipo de máquina. Además, para las máquinas de bebidas calientes se ha evaluado una medida opcional de la que no se dispone de datos basales relativos a 2016 y para la que han aportado datos 36 empresas.

1) Dosis máxima de azúcar añadida de 6 g (reducción del 15% con respecto al dato basal)

La información aportada por 53 empresas muestra que la cantidad media de azúcar que dispensa cada máquina como máximo es de 5,8 g. Por lo tanto, se cumple el compromiso de reducción de dosis máxima de azúcar añadida, siendo esta reducción del 16,7%.

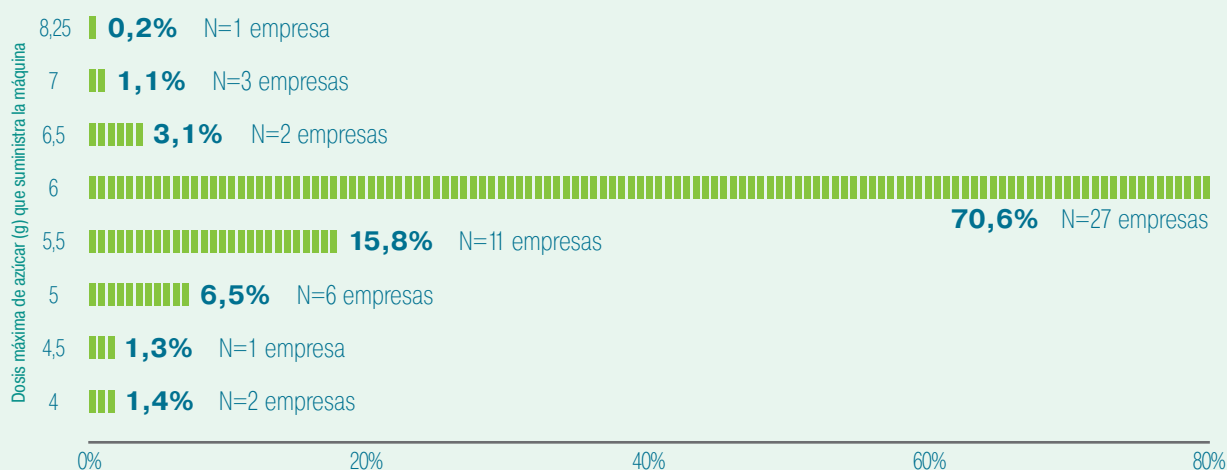
DOSIS MÁXIMA DE AZÚCAR AÑADIDA DE 6 g

MEDIDA	Nº EMPRESAS	DATOS 2016	OBJETIVO 2020	DATOS 2021 (media ponderada [mín-máx])	% DIFERENCIA	CUMPLE PLAN	POR ENCIMA OBJETIVO 2020
DOSIS MÁXIMA AZÚCAR	53	7 g	6 g	5,8 (4-8,25) g	16,7%	Sí	11,3% empresas 4,4% máquinas

47 empresas (representan 95,6% de las máquinas) han indicado que la dosis máxima de azúcar que suministran sus máquinas es igual o inferior a 6 g. La mayoría de estas empresas (27 empresas) ha indicado que sus máquinas suministran 6 g de azúcar como dosis máxima.

6 de las 53 empresas (representan el 4,4% de las máquinas) indican que la dosis máxima de azúcar que dispensan sus máquinas es superior a 6 g en cada servicio.

PORCENTAJE DE MÁQUINAS QUE SUMINISTRAN CADA DOSIS MÁXIMA DE AZÚCAR (g)



Medida opcional: dosis de azúcar añadido que suministra la máquina por defecto

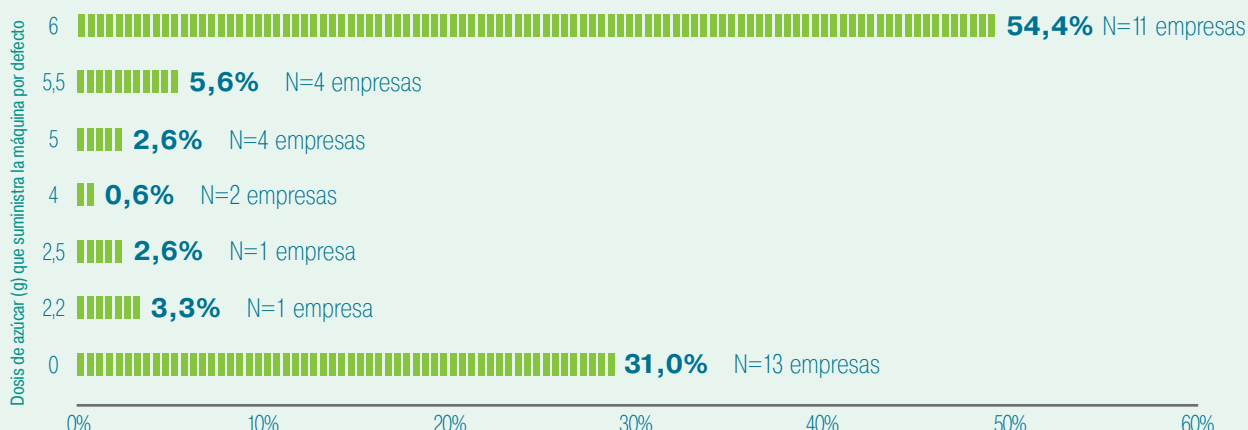
La información aportada por 36 empresas indica que la dosis media de azúcar que suministran las máquinas por defecto es de 3,8 g en cada dispensación.

Al no disponer de datos basales de 2016 no se puede mostrar la evolución. Para esta medida no se estableció un compromiso en el PLAN.

13 empresas (cuyo número de máquinas representa el 31%) han manifestado que sus máquinas suministran 0 g de azúcar por defecto.

En la mayoría de las máquinas (54,4%) la dosis de azúcar suministrada por defecto es 6 g (información facilitada por 11 empresas).

PORCENTAJE DE MÁQUINAS QUE SUMINISTRAN CADA DOSIS DE AZÚCAR (g) POR DEFECTO



2) Alcanzar el 45% de agua en máquinas de bebidas frías del total de la oferta de bebidas incluida en la máquina.

3) Alcanzar el 7% de bebidas refrescantes sin azúcares añadidos en máquinas de bebidas frías del total de la oferta de bebidas refrescantes incluida en la máquina.

Los datos proporcionados por 53 empresas indican que, de media, el 50,3% de la oferta de bebidas es agua y un 34,7% de la oferta de bebidas refrescantes son bebidas sin azúcares añadidos. Por lo tanto, se cumple el objetivo 2020.

19 empresas (35,8% de las empresas), que representan el 20% de las máquinas han manifestado que el porcentaje de agua del total de la oferta de bebidas es inferior al 45% y por lo tanto estarían por encima del objetivo 2020.

1 empresa (1,9% de las empresas), que representa el 0,4% de las máquinas, ha manifestado que el porcentaje de bebidas refrescantes sin azúcares añadidos del total de la oferta de bebidas refrescantes es menor del 7%.

EVALUACIÓN COMPROMISOS EN MÁQUINAS DE BEBIDAS FRÍAS

MEDIDA	Nº EMPRESAS	DATOS 2016	OBJETIVO 2020	DATOS 2021 (Media [mín-máx]) ponderados	CUMPLE PLAN	% POR ENCIMA DEL OBJETIVO 2020
% agua	53	30%	45%	50,3% (26%-80%)	SÍ	20% máquinas 35,8% empresas
% bebidas refrescantes sin azúcares añadidos	53	5%	7%	34,7% (5%-90%)	SÍ	0,4% máquinas 1,9% empresas

4) Adquisición 100% de productos reformulados.

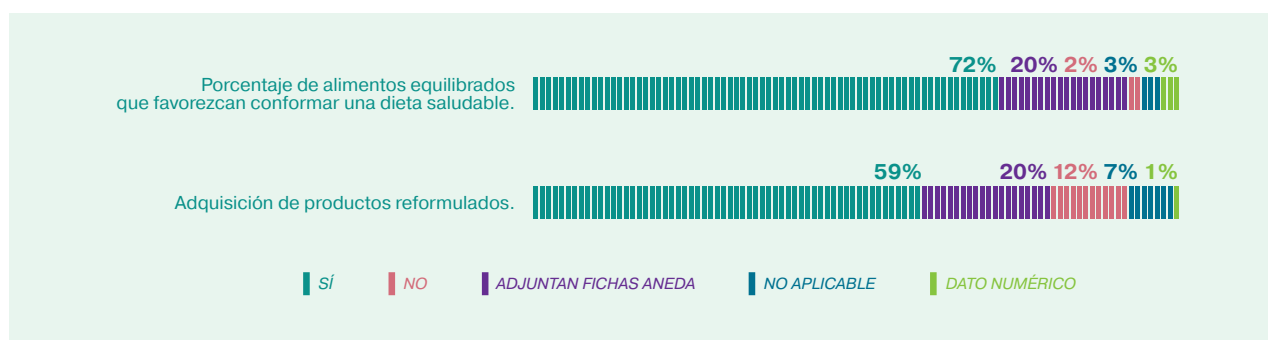
5) Aumento del porcentaje de alimentos equilibrados que favorezcan conformar una dieta saludable del total de productos incluidos en la máquina.

La información aportada por 53 empresas muestra una gran heterogeneidad en las respuestas de las empresas. La mayoría de las empresas han respondido cualitativamente por lo que no es factible realizar la evaluación del cumplimiento del dato cuantitativo del compromiso.

El compromiso de adquisición de productos reformulados está condicionado a que los fabricantes reformulen sus productos, y a que esta circunstancia se comunique en la documentación que acompaña al producto. Las empresas del sector de distribución automática han indicado que desconocen si el producto ha sido reformulado o no, puesto que los proveedores no proporcionan esta información.

En cuanto a los alimentos equilibrados que favorezcan conformar una dieta saludable, los criterios nutricionales aplicables son los establecidos en el *Documento de Consenso sobre la Alimentación en los Centros Educativos* elaborado en el marco de la Estrategia NAOS y aprobado el 21 de julio de 2010 por el Consejo Interterritorial del Sistema Nacional de Salud ⁽⁶¹⁾.

Evaluación respuestas medidas cuantitativas



El 20% de las empresas ha indicado que la asociación sectorial dispone de fichas técnicas de algunos de los productos que tienen a disposición en las máquinas. En total se han revisado 153 fichas técnicas de productos.

De los 153 productos el 15,7% (N=24 productos) pertenecen a alguna de las subcategorías de alimentos en el PLAN para las cuales hay un acuerdo de reducción de contenido en nutrientes seleccionados con empresas de fabricación y distribución. La mayoría (62,5%) son productos de aperitivo.

EVALUACIÓN FICHAS TÉCNICAS DE PRODUCTOS

Subcategoría del PLAN	Nº productos que CUMPLEN con los acuerdos de fabricación y distribución	Nº productos que NO CUMPLE con los acuerdos de fabricación y distribución
Productos de aperitivo	9	6 (sal >1,92 g/100 g)
Patatas fritas	2 (Sal <1,12 g/100 g y grasa saturada <14,04 g/100 g)	-
Batidos	2 (azúcares < 10,89 g/100 ml)	-
Pastelito relleno con cobertura	-	2 (azúcares >37,1 g/100 g)
Leche fermentada líquida	2	1 (azúcares > 11,08g/100 g)
TOTAL PRODUCTOS	15 (62,5%)	9 (37,5%)

Por otro lado, el 75% de los 153 productos No cumple con los criterios nutricionales establecidos en el *Documento consenso sobre la alimentación en los centros educativos* ⁽⁶¹⁾.



En 2 productos no se ha podido determinar el cumplimiento con los criterios nutricionales del documento consenso puesto que no se disponía de toda la información nutricional en las fichas técnicas.

MEDIDAS CUALITATIVAS

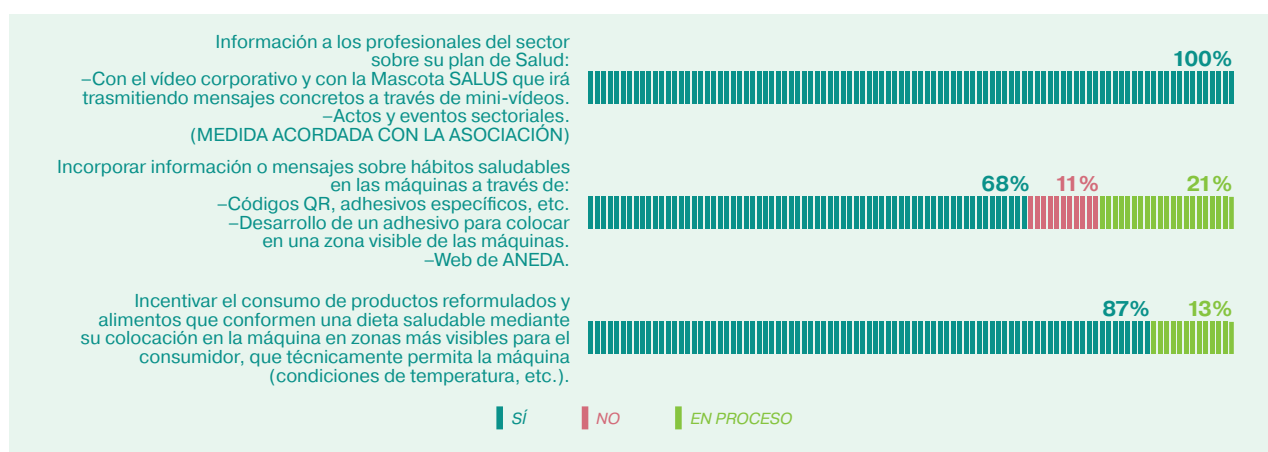
Las empresas del sector de la distribución automática se comprometieron con 2 medidas cualitativas. Se han recibido y analizado cuestionarios de 53 empresas.

El 87% de las empresas han manifestado incentivar el consumo de productos reformulados y de alimentos que conformen una dieta saludable mediante su colocación en la máquina en zonas más visibles para el consumidor, que sea técnicamente posible (condiciones de temperatura, etc.) y el 13% de las empresas afirman estar en proceso.

Por otro lado, el 68% de las empresas han indicado que incorporan información o mensajes sobre hábitos saludables en las máquinas (código QR, adhesivos específicos, web de ANEDA, etc) y el 21% de las empresas han referido estar en proceso.

Además, la asociación sectorial ha manifestado cumplir la medida cualitativa relativa a facilitar información a los profesionales del sector sobre su plan de salud, puesto que indican que han promocionado hábitos de vida saludables en eventos sectoriales y actos deportivos, que han realizado difusión por redes sociales y que han creado vídeos cortos y mensajes saludables para las máquinas.

Evaluación respuestas medidas cualitativas de la distribución automática



RESUMEN DEL CUMPLIMIENTO DE COMPROMISOS EN EL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA - MEDIDAS CUANTITATIVAS Y CUALITATIVAS

TIPO DE SERVICIO	HA MEJORADO	
	ALCANZA OBJETIVOS DEL PLAN	NO ALCANZA OBJETIVOS DEL PLAN
COMPROMISOS CUANTITATIVOS		
DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA	Alcanzar 6 g de azúcar como dosis máxima en cada dispensación, lo que supone una reducción del 15% con respecto a la media basal (*) OPCIONAL: reducción de dosis de azúcar añadido que suministra la máquina por defecto	
	Alcanzar un 45% de agua en máquinas de bebidas frías del total de la oferta de bebidas incluida en la máquina	
	Alcanzar un 7% de bebidas refrescantes sin azúcares añadidos en máquinas de bebidas frías del total de la oferta de bebidas refrescantes incluida en la máquina	
	Adquisición del 100% de productos reformulados: las empresas del sector de distribución automática desconocen si el producto ha sido reformulado o no. No es factible evaluar cuantitativamente el cumplimiento de la medida, ya que la mayoría de las respuestas fueron cualitativas.	
DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA	Alcanzar el 50% de alimentos equilibrados que favorezcan conformar una dieta saludable del total de productos incluidos en la máquina. El 75% de los productos evaluados no cumple con los criterios nutricionales establecidos en el documento consenso sobre la alimentación en los centros educativos. Además, se desconoce el dato de porcentaje sobre el total de la oferta de la máquina	
	COMPROMISOS CUALITATIVOS	
	Incorporación de información o mensajes sobre hábitos saludables en las máquinas	
	Incentivar el consumo de productos reformulados	
DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA	Asociación sectorial: facilitar información a los profesionales del sector sobre su plan de Salud	

Indicadores con elevado cumplimiento; Indicadores con un porcentaje importante de centros que no alcanzan el objetivo; Indicadores que no cumplen.



6

CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE TRABAJO

6.1. EN RELACIÓN CON EL DISEÑO, EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN DEL PLAN

El **diseño** del PLAN se ha alineado con las directrices fijadas por organismos internacionales ⁽³⁸⁾⁽⁶²⁾. Las principales características, que derivan de un enfoque integral y que han sido una parte esencial en la consecución de los resultados, son:

- 1) **Implicación de todos los sectores** relacionados con la alimentación: fabricación y distribución, y acuerdos de mejora de la oferta alimentaria con los sectores de la alimentación fuera del hogar: restauración social, restauración moderna y distribución automática. Esto supone un mayor impacto potencial en salud, pese al carácter moderado de cada uno de los compromisos considerado de manera individual.
- 2) Para seleccionar los grupos de alimentos y bebidas incluidos en Plan se tuvieron en cuenta los establecidos como prioritarios en el marco del Grupo de Alto Nivel sobre Nutrición y Actividad física de la Comisión Europea (HLGNPA), por ser los **más consumidos en niños y con mayor contenido en nutrientes cuya ingesta se recomienda reducir**.
- 3) Se establecieron objetivos para todos los nutrientes de interés: **azúcares, sal, grasa total y grasa saturada**, tanto **cuantitativos** como **cualitativos**. Los objetivos cualitativos han permitido complementar los objetivos cuantitativos, promoviendo un entorno favorecedor para su consecución.
- 4) Se definieron **objetivos relevantes, alcanzables, explícitos**, enunciados con **claridad**, fáciles de entender, **medibles y enfocados**, y cuyo cumplimiento supusiera una mejora, lo que permitió el compromiso de **un alto número de empresas** (309 empresas) y una adecuada evaluación.
- 5) **Los objetivos se definieron a partir de los resultados de un estudio basal** de composición de alimentos, revisión de la literatura científica e informes de organizaciones nacionales e internacionales y el debate técnico entre los sectores y la AESAN, **estableciéndose un marco temporal de ejecución de tres años**, lo que ha permitido un elevado grado de cumplimiento de los objetivos pactados.
- 6) Se estableció que el cumplimiento de objetivos debía perseguir una **mejora en todos los productos** y servicios u ofertas por parte **de todas** las empresas mediante el planteamiento de objetivos moderados y asumibles también por las pequeñas empresas, persiguiendo una implicación general y una cultura de mejora generalizada. Esto ha permitido un desarrollo transversal del PLAN de alcance poblacional, igualador frente a la barrera de las desigualdades y sin esfuerzo para los ciudadanos al haberse perseguido una mejora de la oferta alimentaria en su conjunto y no limitada a productos “premium” de mayor coste económico.
- 7) El **enfoque transversal** adoptado logró la suma de muchos cambios asumibles por todos.

Respecto a la **ejecución** del PLAN, los mecanismos diseñados para su monitorización y seguimiento, incluyendo la evaluación intermedia, ayudaron a identificar aquellos objetivos sobre los que era necesario un esfuerzo adicional para su cumplimiento, impulsando así la ejecución del PLAN.



- 1) Los resultados de la evaluación intermedia mostraron que en el **79%** de los acuerdos analizados **se había reducido el contenido mediano de nutrientes seleccionados**, y se había alcanzado el objetivo 2020 en el 50,5%, poniendo de manifiesto el compromiso de las empresas con la consecución de los objetivos del PLAN.
- 2) La dispersión de los resultados en aquellos acuerdos en los que se había alcanzado el objetivo puso de manifiesto la necesidad de seguir reformulando aquellos productos más alejados de los valores perseguidos.
- 3) Las Comisiones de seguimiento para presentar y discutir los resultados de la evaluación intermedia, sirvieron para trasladar la importancia de impulsar reducciones en todos los productos de cada subcategoría, no sólo en la consecución conjunta del objetivo, y en las oportunidades de lograr la reducción buscada en aquellos sectores y productos que todavía no la habían alcanzado.
- 4) La pandemia de la COVID-19 interfirió en el último año de ejecución del PLAN afectando a todos los sectores y en especial al de alimentación fuera del hogar.

Respecto a la **evaluación final del PLAN**, cabe destacar:

- 1) Para garantizar la validez de la evaluación, el estudio de composición se realizó sobre una muestra amplia de alimentos y bebidas en la que las empresas incluyeron todos los productos que tenían disponibles en el mercado dentro de cada una de las subcategorías del PLAN para los que se habían establecido compromisos
- 2) El estudio de composición fue realizado por una empresa tercera, bajo contratación pública de la AESAN, y los datos fueron analizados por el equipo técnico de la AESAN, lo que refuerza el carácter objetivo de los resultados obtenidos.
- 3) La realización de determinaciones analíticas en una submuestra de aproximadamente el 30% de los productos seleccionados para la evaluación del PLAN ha permitido constatar el contenido en los nutrientes sobre los que se había acordado un objetivo según la información declarada en el etiquetado de todos los productos, con respaldo fotográfico.
- 4) El diseño de los cuestionarios para la evaluación de criterios cualitativos se realizó por personal de la AESAN, manteniéndose un diálogo constante con las asociaciones correspondientes para reforzar la homogeneidad de la interpretación de las preguntas incluidas.
- 5) La inclusión de medidas de tipo cualitativo ha permitido completar los acuerdos cuantitativos mejorando la calidad global de la oferta alimentaria, y no solo la reducción de nutrientes en productos transformados.
- 6) Durante todo el proceso se mantuvo una buena colaboración e implicación con los sectores a través de las correspondientes Comisiones de seguimiento, permitiendo una adecuada recogida y depuración de los datos. Es relevante el interés manifestado en relación con la continuidad de estas políticas.



- 7) El informe de resultados **detalla todo el proceso de recogida de datos y las herramientas empleadas** para su análisis con el fin de aportar transparencia y validez a todo el proceso de evaluación final del PLAN.
- 8) Para reforzar la transparencia y suministrar información relevante a todas las partes interesadas en el desarrollo del PLAN, se ha facilitado también el **listado actualizado de empresas** que han participado en la evaluación final del cumplimiento de los compromisos.
- 9) El muestreo y análisis de los productos incluidos en la evaluación, ha permitido que la AESAN disponga de una base de datos de composición de alimentos, cuya consolidación con los datos procedentes de estudios previos, permitirá su uso para el diseño y evaluación de políticas en el ámbito de la nutrición.

6.2. GRADO DE CUMPLIMIENTO GLOBAL DE LOS COMPROMISOS DEL PLAN

Los resultados de la evaluación del PLAN evidencian su efectividad en la mejora de la composición nutricional de la oferta alimentaria dentro y fuera del hogar, mediante la reducción del contenido azúcares, sal, grasa saturada y grasa total en una amplia variedad de productos, y la mejora de la oferta alimentaria en establecimientos de restauración, comedores colectivos y máquinas de distribución automática.

El grado de cumplimiento de los compromisos del PLAN ha sido alto: globalmente en 110 de 132 medidas establecidas con objetivos evaluables se han cumplido, es decir el 83%. La implantación ha sido sensiblemente menor, del 60,6%, en el caso de compromisos en los que no se había establecido una meta cuantificada, esto es en algunos de los compromisos cualitativos de empresas de fabricación, distribución y de restauración moderna.

En el sector de alimentación fuera del hogar, el cumplimiento global –tanto medidas cuantitativas como medidas cualitativas– en restauración social ha sido del 55% y restauración moderna del 61%. Es importante tener en cuenta algunas características diferenciales de estos sectores para contextualizar el grado de cumplimiento de los objetivos. En primer lugar, en ambos sectores los compromisos cualitativos estaban sujetos a cumplimiento de objetivos, que ha sido evaluado e incluido en el cómputo global de cumplimiento, a diferencia de lo que ocurría para los sectores de fabricación y distribución, donde los compromisos de tipo cualitativo no se establecieron como sujetos a cumplimiento. En segundo lugar, los sectores de restauración social y restauración moderna se comprometieron con un espectro muy amplio de objetivos, tanto por su número como por su heterogeneidad, siendo también muy heterogéneo el tipo de servicios ofrecidos por las empresas incluidas en este sector. Adicionalmente, en el caso de la restauración social, el cumplimiento de algunos objetivos, como por ejemplo la reducción de fritos en los menús o la oferta de yogures naturales no azucarados, pueden estar limitado en ocasiones por obligaciones de tipo contractual ajenas a la voluntad de la empresa. Por último, la pandemia de la COVID-19 y las restricciones adoptadas para su control, afectaron de manera muy especial a la oferta de alimentos fuera del hogar, llegando incluso a suspenderse la oferta de servicios por este tipo de establecimientos.

En el caso de la distribución automática se ha alcanzado un 100% de cumplimiento de las medidas evaluadas (las empresas no pudieron aportar información sobre dos de las medidas pactadas, por lo que no fue posible su evaluación).

En relación con el impacto del PLAN es importante destacar que la crisis sanitaria provocada por la pandemia de COVID-19 y las restricciones de movilidad que originaron afectaron principalmente al sector de la alimentación fuera del hogar. A lo largo del 2020, último año para alcanzar los acuerdos del PLAN el consumo de alimentos fuera del hogar disminuyó drásticamente (la compra de productos de alimentación en el ámbito extradoméstico se redujo un 37,7% durante el año 2020 y el gasto un 36,8% según datos del Panel de Consumo Alimentario Extradoméstico del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación) ⁽⁶³⁾. Pese al elevado impacto que la COVID-19 tuvo en este sector, se ha mantenido la implicación de las empresas para tratar de alcanzar los objetivos del PLAN proporcionando una información valiosa de cara a la continuidad de estas iniciativas.

Aunque el cumplimiento global ha sido alto, el análisis presentado permite identificar categorías de productos y aspectos de la oferta de alimentación de fuera del hogar susceptibles de mejora, tanto a iniciativa de las empresas y asociaciones sectoriales, que en gran medida han solicitado información para continuar con sus iniciativas de mejora, como por parte de la AESAN, de cara al establecimiento de medidas de reformulación, dando continuidad a este primer ciclo del PLAN.

Respecto a la evaluación del contenido de nutrientes, la comparación realizada entre los datos de contenido mediano de nutrientes por subcategorías declarada en el etiquetado y de analítica para aquellos productos en que está disponible, permite establecer la validez de los datos de etiquetado como una herramienta útil y accesible para realizar la evaluación de las iniciativas de reformulación, siendo recomendable la comparación con los datos de analítica en una submuestra para confirmar su validez. Adicionalmente, por su relevancia para guiar las elecciones de los consumidores, las empresas deben tener en cuenta la importancia de mantener la información contenida en el etiquetado de sus productos lo más actualizado posible.

6.3. ÁREAS DE MEJORA

La evaluación final del PLAN ha permitido identificar ciertas limitaciones y potenciales áreas de mejora de cara al diseño de futuros planes de reformulación, algunas de las cuales se enumeran a continuación.

El enfoque transversal del PLAN ha supuesto el compromiso por parte de muchas empresas para una amplia variedad de productos a base de **compromisos de reformulación individuales moderados**, en detrimento de compromisos más exigentes. En futuras iniciativas se considera adecuado alcanzar un equilibrio entre los objetivos de reducción a alcanzar y la cobertura del PLAN en cuanto a los sectores, empresas y productos.

Así, es posible desarrollar compromisos con un planteamiento más exigente, por ejemplo, estableciendo un **contenido máximo de nutriente para todos los productos de una subcategoría** o estableciendo mecanismos regulatorios de obligado cumplimiento como alternativa al establecimiento de compromisos voluntarios. El establecimiento de objetivos más ambiciosos conllevaría previsiblemente un menor alcance en cuanto a nutrientes y variedad de productos incluidos.

Es posible, por otra parte, desarrollar estrategias que combinen diferentes enfoques, a priori no excluyentes, y siempre integrados dentro de políticas más amplias que tengan como principal objetivo la promoción de una dieta saludable basada en el consumo de alimentos frescos o poco transformados, y con el menor impacto ambiental posible ^(35,36).



En el diseño de futuras iniciativas de reformulación se considera también adecuado realizar de forma previa un **análisis exhaustivo de la composición nutricional de partida** (por ejemplo mediante la explotación de bases de datos de composición de alimentos comercializados), trabajar con datos de contenido en **nutrientes ponderados por ventas**, incorporar **más categorías y subcategorías de productos** y tomar en consideración posibles **impactos medioambientales y socioeconómicos positivos**, puesto que existe margen para mejorar no sólo el perfil nutricional sino también la sostenibilidad de las dietas a lo largo de toda la cadena alimentaria.

6.4. EN RELACIÓN CON LA CONTINUIDAD DEL PLAN

El PLAN representa una iniciativa de reformulación alineada con otras similares existentes en el contexto europeo. Las conclusiones de un artículo en el que se evalúa la implementación del Plan de Acción sobre alimentación y nutrición de la región europea de la OMS ⁽³⁸⁾ ponen de manifiesto que los puntos identificados en las políticas de reformulación llevadas a cabo por los distintos países que requieren una especial atención son: establecer objetivos sectoriales para la reformulación de alimentos, llevar a cabo un control rutinario sobre las acciones de la industria, garantizar la disponibilidad de **datos nacionales de composición de los alimentos** (idealmente datos de productos con marca), considerar la reformulación de los productos para reducir el contenido de **azúcares, grasas trans y grasas saturadas** y aplicar reglamentos para reducir el contenido de grasas trans de los alimentos a no más de dos gramos por cada 100 g de producto o prohibición de grasas parcialmente hidrogenadas.

Este enfoque de máximo rigor metodológico, trabajo sobre datos verificables, participación y transparencia, gobernanza de la autoridad competente, transversalidad y amplitud constituye una serie principios básicos que debe mantenerse en futuras estrategias de reformulación y mejora de los entornos alimentarios.

Los resultados obtenidos en la evaluación final del PLAN, proporcionan un punto de partida idóneo para abordar un nuevo ciclo de mejora de la oferta alimentaria, ya que permiten establecer objetivos concretos, en aspectos ya conocidos y consensuados en los que hay evidencia de que existe margen de mejora: dispersión de contenidos en nutrientes en las subcategorías incluidas en el Plan e identificación de los niveles de nutrientes como referente para establecer nuevos objetivos cuantitativos de reducción de nutrientes, es decir, los más bajos de la subcategoría o *best in class*.

Adicionalmente, para el caso concreto de la sal, la AESAN realizó un análisis comparativo de los resultados de los valores de sal obtenidos en la *Evaluación intermedia* del PLAN ⁽⁶⁴⁾ con los de referencia establecidos por la OMS ⁽⁶⁵⁾, permitiendo identificar algunos grupos de alimentos sin acuerdos de reducción del contenido en sal en el PLAN para los que la OMS ha establecido umbrales de contenido máximo y para los cuales podría ser relevante establecer reducciones: **productos de pastelería y bollería, cereales de desayuno, quesos, mantequilla y otras grasas y aceites, frutas, hortalizas y legumbres procesadas y alimentos a base de plantas / análogos de productos cárnicos** y, de acuerdo con los datos de consumo de alimentos en la población española (ENALIA 2) ⁽⁵⁰⁾, la necesidad de reforzar las reducciones de sal en **derivados cárnicos, cereales (incluido el pan) y quesos**, teniendo en cuenta las consideraciones técnico-sanitarias que procedan en cada caso.



Aunque los compromisos de reformulación individuales en cada subcategoría o de mejora en los diferentes sectores son moderados, pueden llegar a tener un impacto positivo en la salud de la población si se vinculan a otras políticas, como el establecimiento de medidas de tipo cualitativo, dirigidas a mejorar el conjunto de la oferta alimentaria mediante una mayor oferta de alimentos frescos no transformados.

Por ello, uno de los aspectos más destacables del Plan ha sido reunir a varios sectores de la alimentación con el objetivo de mejorar la composición nutricional de los alimentos transformados que los ciudadanos adquieren en su cesta de la compra, a través de los sectores de fabricación y distribución, pero también la calidad nutricional de la oferta de menús y productos que consumen fuera del hogar, mediante una mayor oferta de alimentos frescos vinculados a la dieta mediterránea a través de los sectores de restauración social, restauración moderna y distribución automática. Debido al elevado peso que en nuestro país tiene la alimentación fuera del hogar, este ámbito constituye un entorno propicio para futuras políticas dirigidas a mejorar la oferta alimentaria.

De forma adicional, estas futuras estrategias no deben limitarse a incluir criterios de calidad nutricional, sino que deberán tomar también en consideración otros aspectos que permitan dar respuesta a la creciente preocupación sobre el impacto que los sistemas alimentarios tienen en la salud, la economía y el medio ambiente. La evidencia científica demuestra que los mismos cambios en los patrones alimentarios que pueden ayudar a reducir el riesgo de enfermedades no transmisibles, pueden reducir también el impacto ambiental de los sistemas alimentarios ^(66,67), y el consumo de alimentos supone el principal impulsor de los impactos ambientales generados por una persona en España ⁽⁶⁸⁾.

El diseño e implementación de nuevas estrategias de reformulación debe entenderse también como una oportunidad para la innovación y para el desarrollo de alimentos que permitan que la opción saludable sea siempre la más fácil también en situaciones de crisis globales como las que han supuesto recientemente la pandemia de la COVID-19, la guerra en Ucrania o la actual crisis energética, contribuyendo así a la transición hacia sistemas alimentarios más sostenibles y resilientes sin dejar a nadie atrás.

A partir de los resultados de la evaluación del PLAN, se plantean las siguientes reflexiones de cara a futuras iniciativas de reformulación:

- 1) En cuanto a la reducción de nutrientes seleccionados, este informe proporciona a las asociaciones sectoriales información detallada para establecer futuras áreas de trabajo, permitiéndoles fijar nuevas estrategias de reformulación de forma escalonada:
 - a) Cumplimiento antes de **junio de 2023** de los objetivos de reducción de nutrientes 2020 en aquellos productos que no los hayan alcanzado en la evaluación de 2021.
 - b) Cumplimiento por todos los productos de cada subcategoría de los nuevos contenidos medianos para cada una de ellas cuando estos se encuentren por debajo del objetivo 2020 antes de **diciembre de 2024**.
 - c) Por último, el valor menor dentro de la subcategoría (en inglés *best in class*) representa el máximo potencial de reformulación logrado hasta el momento, y constituye el máximo



potencial de reformulación al que deberían tender todos los productos, estableciéndose como horizonte para su cumplimiento **diciembre de 2025**. Para el caso específico de la sal, el valor de referencia será el umbral máximo establecido por la OMS ⁽⁶⁴⁾ ⁽⁶⁵⁾.

Se presentan en el **ANEXO 7** para cada una de las subcategorías y nutrientes del PLAN los nuevos contenidos medianos y el mejor valor alcanzado en cada una de ellas.

- 2) En cuanto a la oferta de alimentos fuera del hogar, y tomando en consideración los resultados de la evaluación del PLAN:
 - a) Los centros de pensión completa deben ser objetivos prioritarios de mejora en 2022 y 2023, y los compromisos que no han experimentado mejora en la evaluación de 2021, así como aquellos que no han alcanzado el objetivo 2020
 - b) Los resultados en el entorno de colegios apuntan a la utilidad de la existencia de criterios explícitos, que orientan tanto a los usuarios como a los proveedores del servicio, por lo que la AESAN desarrollará criterios de calidad para la oferta alimentaria en los demás entornos colectivos de alimentación fuera del hogar (69).
 - c) La reducción de los sobres monodosis de azúcar y sal a 3 gr y 0,8 gr respectivamente debe lograrse en todos los establecimientos de restauración moderna en 2023.
 - d) En el sector de la distribución automática las principales mejoras deben referirse a un aumento de la oferta de productos más saludables y con mejor composición nutricional, alineados con los criterios establecidos para las máquinas expendedoras de los centros educativos ⁽⁶¹⁾.
 - e) El uso creciente de aplicaciones para la entrega de comida a domicilio hace necesario evaluar cómo los entornos digitales influyen en el comportamiento alimentario, de forma que se puedan promover opciones de nutrición saludables y sostenibles también en estos entornos ⁽⁷⁰⁾.
- 3) Por último, y tal y como se ha señalado en el apartado 6.3, se considera adecuado:
 - a) Establecer contenidos máximos para todos los productos de una categoría o de medidas de tipo regulatorio.
 - b) Partir de un análisis exhaustivo de la composición de los productos a reformular y tener en cuenta datos ponderados por ventas.
 - c) Incorporar nuevas categorías y subcategorías de productos (**ANEXO 9**).
 - d) Tomar en consideración los posibles impactos socioeconómicos y medioambientales.
- 4) El establecimiento de cauces para la participación de las empresas en futuras estrategias, por ejemplo, a través de las Comisiones de seguimiento establecidas en el Plan, sigue considerándose una herramienta útil para reforzar su compromiso con futuras medidas aumentando el carácter participativo y la transparencia de todo el proceso.





7

BIBLIOGRAFÍA



1. Enfermedades no transmisibles [Internet]. [citado 4 de junio de 2020]. Disponible en: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/noncommunicable-diseases>
2. Kumar S, Kelly AS. Review of Childhood Obesity: From Epidemiology, Etiology, and Comorbidities to Clinical Assessment and Treatment. *Mayo Clin Proc.* febrero de 2017;92(2):251-265.
3. Safaei M, Sundararajan EA, Driss M, Boulila W, Shapi'i A. A systematic literature review on obesity: Understanding the causes & consequences of obesity and reviewing various machine learning approaches used to predict obesity. *Comput Biol Med.* septiembre de 2021;136:104754.
4. Singh AS, Mulder C, Twisk JWR, van Mechelen W, Chinapaw MJM. Tracking of childhood overweight into adulthood: a systematic review of the literature. *Obes Rev.* septiembre de 2008;9(5):474-488.
5. Nittari G, Scuri S, Petrelli F, Pirillo I, di Luca NM, Grappasonni I. Fighting obesity in children from European World Health Organization member states. Epidemiological data, medical-social aspects, and prevention programs. *Clin Ter.* junio de 2019;170(3):e223-230.
6. Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición. Ministerio de Consumo. Estudio ALADINO 2019: Estudio de Vigilancia del Crecimiento, Alimentación, Actividad Física, Desarrollo Infantil y Obesidad en España [Internet]. Madrid; 2019. Disponible en: https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/nutricion/observatorio/Informe_Aladino_2019.pdf
7. García-Solano M, Gutiérrez-González E, López-Sobaler AM, Ruiz-Álvarez M, Bermejo López LM, Aparicio A et al. [Weight status in the 6- to 9-year-old school population in Spain: results of the ALADINO 2019 Study]. *Nutr Hosp.* 13 de octubre de 2021;38(5):943-953.
8. Aranceta J, Pérez-Rodrigo C, Ribas L, Serra-Majem L. Sociodemographic and lifestyle determinants of food patterns in Spanish children and adolescents: the enKid study. *Eur J Clin Nutr.* septiembre de 2003;57 Suppl 1:S40-44.
9. Miqueleiz E, Lostao L, Ortega P, Santos JM, Astasio P, Regidor E. [Socioeconomic pattern in unhealthy diet in children and adolescents in Spain]. *Aten Primaria.* octubre de 2014;46(8):433-439.
10. Wärnberg J, Pérez-Farínós N, Benavente-Marín JC, Gómez SF, Labayen I, G Zapico A et al. Screen Time and Parents' Education Level Are Associated with Poor Adherence to the Mediterranean Diet in Spanish Children and Adolescents: The PASOS Study. *J Clin Med.* 16 de febrero de 2021;10(4):795.
11. Cárdenas-Fuentes G, Homs C, Ramírez-Contreras C, Juton C, Casas-Estève R, Grau M et al. Prospective Association of Maternal Educational Level with Child's Physical Activity, Screen Time, and Diet Quality. *Nutrients.* 30 de diciembre de 2021;14(1):160.
12. OECD, European Union. Health at a Glance: Europe 2020: State of Health in the EU Cycle [Internet]. OECD; 2020 [citado 25 de marzo de 2022]. (Health at a Glance: Europe). Disponible en: https://www.oecd-ilibrary.org/social-issues-migration-health/health-at-a-glance-europe-2020_82129230-en
13. Overweight and obesity - BMI statistics [Internet]. [citado 25 de marzo de 2022]. Disponible en: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Overweight_and_obesity_-_BMI_statistics
14. Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social - Portal Estadístico del SNS - Encuesta Europea de Salud en España 2020 [Internet]. [citado 8 de junio de 2021]. Disponible en: https://www.msbs.gob.es/estadEstudios/estadisticas/EncuestaEuropea/Enc_Eur_Salud_en_Esp_2020_datos.htm
15. The Heavy Burden of Obesity: The Economics of Prevention | en | OECD [Internet]. [citado 25 de marzo de 2022]. Disponible en: <https://www.oecd.org/health/the-heavy-burden-of-obesity-67450d67-en.htm>
16. World Obesity Federation. Economic impact of overweight and obesity [Internet]. [citado 12 de abril de 2022]. Disponible en: <https://data.worldobesity.org/economic-impact/>
17. Organización Mundial de la Salud, Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. Dieta, nutrición y prevención de enfermedades crónicas: informe de una consulta mixta de expertos OMS/FAO. Ginebra: Organización Mundial de la Salud; 2003.





18. Organización Mundial de la Salud. Directriz: ingesta de azúcares para adultos y niños: resumen [Internet]. Organización Mundial de la Salud; 2015 [citado 25 de marzo de 2022]. Report No.: WHO/NMH/NHD/15.2. Disponible en: <https://apps.who.int/iris/handle/10665/154587>
19. Te Morenga L, Mallard S, Mann J. Dietary sugars and body weight: systematic review and meta-analyses of randomised controlled trials and cohort studies. BMJ. 15 de enero de 2012;346:e7492.
20. Tolerable upper intake level for dietary sugars | EFSA [Internet]. [citado 25 de marzo de 2022]. Disponible en: <https://www.efsa.europa.eu/en/efsajournal/pub/7074>
21. GBD 2017 Diet Collaborators. Health effects of dietary risks in 195 countries, 1990-2017: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2017. Lancet. 11 de 2019;393(10184):1958-1972.
22. Powles J, Fahimi S, Micha R, Khatibzadeh S, Shi P, Ezzati M et al. Global, regional and national sodium intakes in 1990 and 2010: a systematic analysis of 24 h urinary sodium excretion and dietary surveys worldwide. BMJ Open. 23 de diciembre de 2013;3(12):e003733.
23. Reducir el consumo de sal [Internet]. [citado 28 de marzo de 2022]. Disponible en: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/salt-reduction>
24. Global Action Plan for the Prevention and Control of NCDs 2013-2020 [Internet]. [citado 28 de marzo de 2022]. Disponible en: <https://www.who.int/publications/i/item/9789241506236>
25. Efectos de la ingesta total de grasas sobre el peso corporal [Internet]. [citado 28 de marzo de 2022]. Disponible en: https://www.cochrane.org/es/CD011834/VASC_efectos-de-la-ingesta-total-de-grasas-sobre-el-peso-corporal
26. Nutrition Division. Grasas y ácidos grasos en nutrición humana: Consulta de expertos Ginebra, 10 - 14 de Noviembre de 2008 [Internet]. Rome, Italy: FAO; 2010 [citado 28 de marzo de 2022]. (FAO Food and Nutrition Paper). Disponible en: <https://www.fao.org/publications/card/es/c/94a18d21-5d48-5893-bb02-ec5755354845>
27. EFSA Panel on Nutrition, Novel Foods and Food Allergens (NDA), Turck D, Bohn T, Castenmiller J, de He- nauw S, Hirsch-Ernst KI et al. Scientific advice related to nutrient profiling for the development of harmo- nised mandatory front-of-pack nutrition labelling and the setting of nutrient profiles for restricting nutrition and health claims on foods. EFSA Journal. 2022;20(4):e07259.
28. FAO. Influencing food environments for healthy diets. 2016;
29. Hawkes C, Jewell J, Allen K. A food policy package for healthy diets and the prevention of obesity and diet-re- lated non-communicable diseases: the NOURISHING framework. Obesity Reviews. 2013;14(S2):159-168.
30. European Commission. Eurostat. EU Action Plan on Childhood Obesity 2014-2020 [Internet]. LU: Publica- tions Office; 2013 [citado 24 de marzo de 2022]. Disponible en: <https://data.europa.eu/doi/10.2785/36105>
31. WHO. European Food and Nutrition Action Plan 2015-2020 [Internet]. [citado 24 de marzo de 2022]. Disponible en: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/329405/9789289051231-eng.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
32. WHO. Improving-dietary-intake-eng.pdf [Internet]. 2020 [citado 23 de marzo de 2022]. Disponible en: https://www.euro.who.int/_data/assets/pdf_file/0003/448761/Improving-dietary-intake-eng.pdf
33. ANEXO de la COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSEJO, AL COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL EUROPEO Y AL COMITÉ DE LAS REGIONES Estrategia «de la granja a la mesa» para un sistema alimentario justo, saludable y respetuoso con el medio ambiente [Internet]. [citado 31 de marzo de 2022]. Disponible en: https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:ea0f9f73-9ab2-11ea-9d2d-01aa75ed71a1.0004.02/DOC_2&format=PDF
34. OECD. The Heavy Burden of Obesity: The Economics of Prevention [Internet]. OECD; 2019 [citado 23 de



- marzo de 2022]. (OECD Health Policy Studies). Disponible en: https://www.oecd-ilibrary.org/social-issues-migration-health/the-heavy-burden-of-obesity_67450d67-en
35. Dietas saludables sostenibles [Internet]. FAO and WHO; 2019 [citado 3 de junio de 2022]. Disponible en: <http://www.fao.org/documents/card/en/c/ca6640es>
 36. Informe del Comité Científico de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN) de revisión y actualización de las Recomendaciones Dietéticas para la población española.
 37. Gressier M, Swinburn B, Frost G, Segal AB, Sassi F. What is the impact of food reformulation on individuals' behaviour, nutrient intakes and health status? A systematic review of empirical evidence. *Obesity Reviews*. 2021;22(2):e13139.
 38. Breda J, Castro LSN, Whiting S, Williams J, Jewell J, Engesveen K et al. Towards better nutrition in Europe: Evaluating progress and defining future directions. *Food Policy*. 1 de octubre de 2020;96:101887.
 39. STOP – JA Best-ReMaP Conference on Policy Solutions for Childhood Obesity: From science to policy implementation [Internet]. 2021 [citado 20 de junio de 2022]. Disponible en: <https://bestremap.eu/wp-content/uploads/2021/12/Conference-summary.pdf>
 40. Menard C, Dumas C, Goglia R, Spiteri M, Gillot N, Combris P et al. OQALI: A French database on processed foods. *Journal of Food Composition and Analysis*. 1 de junio de 2011;24(4):744-749.
 41. STOP. IMPACT OF FOOD REFORMULATION ON FOODCHOICES, NUTRIENT INTAKES AND HEALTH STATUS A SYSTEMATIC REVIEW. STOP (Science and Technology in Childhood Obesity Policy), [Internet]. febrero de 2021 [citado 23 de marzo de 2022];22(2). Disponible en: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/obr.13139>
 42. Kleis LD, Schulte EA, Buyken AE. Reformulation across Europe. An overview on planned and implemented strategies in European countries other than Germany – part 1. *Ernahrungs Umschau*. 15 de octubre de 2020;(67(10)):190-199.
 43. Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes e Igualdad. Real Decreto 308/2019, de 26 de abril, por el que se aprueba la norma de calidad para el pan [Internet]. Sec. 1, Real Decreto 308/2019 may 11, 2019 p. 50168-75. Disponible en: <https://www.boe.es/eli/es/rd/2019/04/26/308>
 44. Kleis LD, Schulte EA, Buyken AE. Reformulation across Europe. Results from strategies implemented in European countries other than Germany and identification of factors contributing to their success – part 2. *Ernahrungs Umschau*. 15 de noviembre de 2020;(67(11)):200-205.
 45. Contenido de sal en los alimentos en España. 2012. Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición. Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. Madrid, 2015. [Internet]. [citado 22 de enero de 2020]. Disponible en: http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/nutricion/estudio_contenido_sal_alimentos.pdf
 46. Informe_Contenido Acidos grasos Trans en los alimentos en España [Internet]. 2015 [citado 13 de junio de 2022]. Disponible en: https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/nutricion/Informe_AGT2015.pdf
 47. Estudio de la información nutricional de alimentos procesados a través del etiquetado en España. 2014 [Internet]. 2015 [citado 13 de junio de 2022]. Disponible en: https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/nutricion/InformeEtiquetado_definitivo.pdf
 48. Yusta-Boyo MJ, Bermejo LM, García-Solano M, López-Sobaler AM, Ortega RM, García-Pérez M et al. Sugar Content in Processed Foods in Spain and a Comparison of Mandatory Nutrition Labelling and Laboratory Values. *Nutrients*. 13 de abril de 2020;12(4):1078.
 49. Pérez Farinós N, Santos Sanz S, Dal Re Ma Á, Yusta Boyo J, Robledo T, Castrodeza JJ et al. Salt content in bread in Spain, 2014. *Nutr Hosp*. 17 de mayo de 2018;35(3):650-654.
 50. Aecosan - Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición. Encuesta ENALIA 2. Encues-



- ta Nacional de Alimentación en población adulta, mayores y embarazadas [Internet]. Disponible en: http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/web/seguridad_alimentaria/subdetalle/enalia_2.htm
51. Aecosan - Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición. Encuesta ENALIA. Encuesta Nacional de Alimentación en la población Infantil y Adolescente [Internet]. Disponible en: http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/web/seguridad_alimentaria/subdetalle/enalia.htm
 52. European Food Safety Authority (EFSA). Reglamento 2019/649 en lo que se refiere a las grasas trans, que no sean las grasas trans presentes de forma natural en las grasas de origen animal. DOEU [Internet]. 2019 [citado 28 de marzo de 2022]; Disponible en: <https://data.europa.eu/doi/10.2903/sp.efsa.2018.EN-1433>
 53. AESAN- Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición. Plan de colaboración para la mejora de la composición de los alimentos y bebidas y otras medidas 2020 [Internet]. [citado 8 de mayo de 2020]. Disponible en: http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/web/nutricion/seccion/plan_colaboracion.htm
 54. Conclusiones del Consejo sobre la mejora de los alimentos. 2016;5.
 55. Conclusiones del Consejo para contribuir a detener el aumento del sobrepeso y la obesidad infantiles. The European Journal of Public Health. 2017;17(6):579-584.
 56. Consejo de la Unión Europea. Alimentación sana para la infancia: un futuro saludable para Europa. Conclusiones del Consejo (22 de junio de 2018) [Internet]. 2018 [citado 28 de marzo de 2022]. Disponible en: https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/nutricion/observatorio/Conclusiones_Consejo_18.pdf
 57. Aesan - Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición. Listado de 20 convenios entre la AESAN y los sectores para el Plan de Mejora de la Composición de Alimentos y Bebidas [Internet]. [citado 19 de mayo de 2022]. Disponible en: https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/web/nutricion/ampliacion/convenios_aesan_boe.htm
 58. Evaluación intermedia de los acuerdos del Plan de colaboración para la mejora de composición de los alimentos y bebidas y otras medidas 2020 [Internet]. [citado 1 de septiembre de 2021]. Disponible en: https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/nutricion/Informe_Plan.pdf
 59. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Informe del Consumo de la Alimentación en España 2017 [Internet]. 2018 [citado 13 de abril de 2022]. Disponible en: https://menosdesperdicio.es/sites/default/files/documentos/relacionados/informe_anual_de_consumo_alimentario_2017_0.pdf
 60. DOCUMENTO DE ORIENTACIÓN PARA LAS AUTORIDADES COMPETENTES EN MATERIA DE CONTROL DEL CUMPLIMIENTO DE LA LEGISLACIÓN DE LA UE SOBRE: Reglamento (UE) no 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor y por el que se modifican los Reglamentos (CE) no 1924/2006 y (CE) no 1925/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, y por el que se derogan la Directiva 87/250/CEE de la Comisión, la Directiva 90/496/CEE del Consejo, la Directiva 1999/10/CE de la Comisión, la Directiva 2000/13/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, las Directivas 2002/67/CE y 2008/5/CE de la Comisión, y el Reglamento (CE) no 608/2004 de la Comisión y Directiva 90/496/CEE del Consejo, de 24 de septiembre de 1990, relativa al etiquetado sobre propiedades nutritivas de los productos alimenticios y Directiva 2002/46/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 10 de junio de 2002, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de complementos alimenticios por lo que respecta al establecimiento de tolerancias para los valores nutricionales declarados en la etiqueta [Internet]. [citado 24 de mayo de 2022]. Disponible en: https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/seguridad_alimentaria/gestion_riesgos/labelling_nutrition_tolerances_1212_en.pdf
 61. Documento de consenso sobre la alimentación en los centros escolares [Internet]. 2010 [citado 1 de junio de 2022]. Disponible en: https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/nutricion/educanaos/documento_consenso.pdf
 62. WP5: Food monitoring and reformulation – Best-ReMaP [Internet]. [citado 3 de junio de 2022]. Disponible en: <https://bestremap.eu/monitoring/>



63. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Consumo alimentario extradoméstico. Panel de consumo alimentario. [Internet]. [citado 3 de junio de 2022]. Disponible en: <https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-tendencias/panel-de-consumo-alimentario/hosteleria-y-restauracion/>
64. Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición. Análisis comparativo del contenido en sal en 21 subcategorías de alimentos en el Plan de Colaboración para la mejora de la composición de los alimentos y bebidas y otras medidas 2020, y los Indicadores de referencia del contenido en sodio establecidos por la OMS en 64 categorías de alimentos [Internet]. [citado 13 de junio de 2022]. Disponible en: https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/nutricion/INFORME_reduccion_sal_OMS_PLAN_NAOS.pdf
65. WHO global sodium benchmarks for different food categories [Internet]. [citado 13 de junio de 2022]. Disponible en: <https://www.who.int/publications-detail-redirect/9789240025097>
66. Alimentos, Planeta, Salud. Informe resumido Comisiton EAT-Lancet [Internet]. [citado 30 de mayo de 2022]. Disponible en: https://eatforum.org/content/uploads/2019/01/Report_Summary_Spanish-1.pdf
67. Clark MA, Springmann M, Hill J, Tilman D. Multiple health and environmental impacts of foods. Proc Natl Acad Sci U S A. 12 de noviembre de 2019;116(46):23357-23362.
68. Ministerio de Consumo/EC-JRC, Sostenibilidad del consumo en España. Evaluación del impacto ambiental asociado a los patrones de consumo mediante Análisis del Ciclo de Vida, Ministerio de Consumo, Madrid, 2022. [Internet]. [citado 30 de mayo de 2022]. Disponible en: https://www.consumo.gob.es/es/system/tdf/prensa/Informe_de_Sostenibilidad_del_consumo_en_Espan%CC%83a_EU_MinCon.pdf?file=1&type=node&id=1126&force
69. Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutricion. Protocolo de criterios mínimos para la evaluación de la oferta alimentaria en centros escolares: Comedores escolares, máquinas expendedoras de alimentos y bebidas y cafeterías de acuerdo al Programa 16 del plan nacional de control oficial de la cadena alimentaria 2021-2025:26.
70. Digital food environments: factsheet (2021) [Internet]. [citado 31 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://www.euro.who.int/en/health-topics/disease-prevention/nutrition/publications/2021/digital-food-environments-factsheet-2021>



8

ANEXOS

ANEXO 1.

180 MEDIDAS DEL PLAN. SECTORES DE FABRICACIÓN, DISTRIBUCIÓN Y ALIMENTACIÓN FUERA DEL HOGAR (RESTAURACIÓN SOCIAL, RESTAURACIÓN MODERNA Y DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA)

4 medidas generales acordadas con los sectores de la fabricación y la distribución

- 1)** Deben mantenerse los límites bajos o la ausencia de ácidos grasos trans.
- 2)** Las reducciones y medidas acordadas deben ser alcanzables en los años y en los productos pactados. Las empresas y sectores que se comprometan deben hacerlo con dichos objetivos.
- 3)** Si se hacen reducciones adicionales en los mismos productos y/o en otros, que aportarían también beneficios en salud, estarán enmarcadas en límites tecnológicos, de seguridad alimentaria, de aceptación y de legislación.
- 4)** En el caso de lanzamiento de nuevos productos de las subcategorías adheridas al PLAN, estos deberían estar alineados con las reducciones de los contenidos de sal, grasas y azúcares.

75 medidas cuantitativas acordadas con los sectores de la fabricación y distribución

APERITIVOS SALADOS

- 1)** Reducción del 13,8% del contenido mediano en sal en patatas fritas.
- 2)** Reducción del 10% del contenido mediano en sal en productos de aperitivo.
- 3)** Reducción del 10% del contenido mediano de grasa saturada en patatas fritas.
- 4)** Reducción del 10% del contenido mediano de grasa saturada en productos de aperitivo fritos.
- 5)** Reducción del 10% del contenido mediano de grasa saturada en palomitas de microondas.

BEBIDAS REFRESCANTES

- 6)** Reducción del 10% del contenido mediano de azúcar total en bebidas refrescantes de lima-limón sin edulcorantes.

BOLLERÍA Y PASTELERÍA

- 7)** Reducción del 5% del contenido mediano de azúcar total en pastelito relleno con cobertura.
- 8)** Reducción del 5% del contenido mediano de azúcar total en pastelito relleno sin cobertura.

- 9)** Reducción del 5% del contenido mediano de azúcar total en bollo relleno sin cobertura.
- 10)** Reducción del 5% del contenido mediano de azúcar total en bollo sin relleno.
- 11)** Reducción del 5% del contenido mediano de azúcar total en rosquillas sin cobertura.
- 12)** Reducción del 5% del contenido mediano de azúcar total en rosquillas con cobertura.
- 13)** Reducción del 5% del contenido mediano de azúcar total en croissants.
- 14)** Reducción del 5% del contenido mediano de azúcar total en magdalenas.
- 15)** Reducción del 5% del contenido mediano de grasa saturada en rosquillas sin cobertura.
- 16)** Reducción del 5% del contenido mediano de grasa saturada en rosquillas con cobertura.
- 17)** Reducción del 5% del contenido mediano de grasa saturada en bollos con pepitas de chocolate.

CEREALES DE DESAYUNO

- 18)** Reducción del 10% del contenido mediano de azúcar total en cereales de desayuno infantil chocolateados.

CREMAS DE VERDURAS

- 19)** Reducción del 6,7% del contenido mediano de sal en cremas de verduras.

DERIVADOS CÁRNICOS

- 20)** Reducción del 16% del contenido mediano de sal en jamón cocido extra.
- 21)** Reducción del 16% del contenido mediano de sal en pechuga de pavo.
- 22)** Reducción del 16% del contenido mediano de sal en salchicha/mortadela.
- 23)** Reducción del 10% del contenido mediano de sal en chorizo/salchichón vela extra.
- 24)** Reducción del 16% del contenido mediano de sal en longaniza fresca.
- 25)** Reducción del 5% del contenido mediano en grasa total en salchicha/mortadela.
- 26)** Reducción del 5% del contenido mediano en grasa total en chorizo/salchichón vela extra.

- 27)** Reducción del 5% del contenido mediano en grasa total en longaniza fresca.
- 28)** Reducción del 10% del contenido mediano en azúcar total en jamón cocido extra.
- 29)** Reducción del 10% del contenido mediano en azúcar total en pechuga de pavo.
- 30)** Reducción del 10% del contenido mediano en azúcar total en salchicha/mortadela.
- 31)** Reducción del 10% del contenido mediano en azúcar total en chorizo vela extra.
- 32)** Reducción del 10% del contenido mediano en azúcar total en salchichón extra.
- 33)** Reducción del 10% del contenido mediano en azúcar total en longaniza fresca.

GALLETAS

- 34)** Reducción del 5% del contenido mediano de azúcar total en galletas de desayuno familiar e infantil.
- 35)** Reducción del 5% del contenido mediano de azúcar total en galletas rellenas.
- 36)** Reducción del 5% del contenido mediano de grasa saturada en galletas de desayuno familiar e infantil.
- 37)** Reducción del 5% del contenido mediano de grasa saturada en galletas rellenas.

HELADOS

- 38)** Reducción del 5% del contenido mediano de azúcar total en helados infantiles base agua.

NÉCTARES DE FRUTAS

- 39)** Reducción del 10% del contenido de azúcar añadido en néctar de melocotón sin edulcorantes.
- 40)** Reducción del 10% del contenido de azúcar añadido en néctar de naranja sin edulcorantes.
- 41)** Reducción del 10% del contenido de azúcar añadido en néctar de piña sin edulcorantes.

PAN ENVASADO

- 42)** Reducción del 5% del contenido mediano de azúcar añadido en pan de molde blanco.
- 43)** Reducción del 5% del contenido mediano de azúcar añadido en pan de molde integral.

44) Reducción del 5% del contenido mediano de azúcar añadido en pan tostado.

45) Reducción del 5% del contenido mediano de azúcar añadido en pan tostado integral.

PLATOS PREPARADOS

46) Reducción del 10% del contenido mediano de sal en croquetas.

47) Reducción del 10% del contenido mediano de sal en empanadillas.

48) Reducción del 10% del contenido mediano de sal en nuggets.

49) Reducción del 10% del contenido mediano de sal en canelones/lasañas.

50) Reducción del 10% del contenido mediano de sal en productos de surimi (sucedáneos de cangrejo).

51) Reducción del 10% del contenido mediano de sal en productos de surimi (sucedáneos de angula).

52) Reducción del 10% del contenido mediano de sal en anillas.

53) Reducción del 10% del contenido mediano de sal en anillas restructuradas.

54) Reducción del 10% del contenido mediano de grasa saturada en nuggets.

PRODUCTOS LÁCTEOS

55) Reducción del 10% del contenido mediano de azúcar añadido en yogur natural azucarado.

56) Reducción del 10% del contenido mediano de azúcar añadido en yogur de sabores.

57) Reducción del 10% del contenido mediano de azúcar añadido en yogur con frutas.

58) Reducción del 10% del contenido mediano de azúcar añadido en yogur líquido.

59) Reducción del 10% del contenido mediano de azúcar añadido en queso fresco semidesnatado con fruta tipo petit (fresa-plátano).

60) Reducción del 10% del contenido mediano de azúcar añadido en leche fermentada líquida semidesnatada individual.

61) Reducción del 10% del contenido mediano de azúcar añadido en batidos.

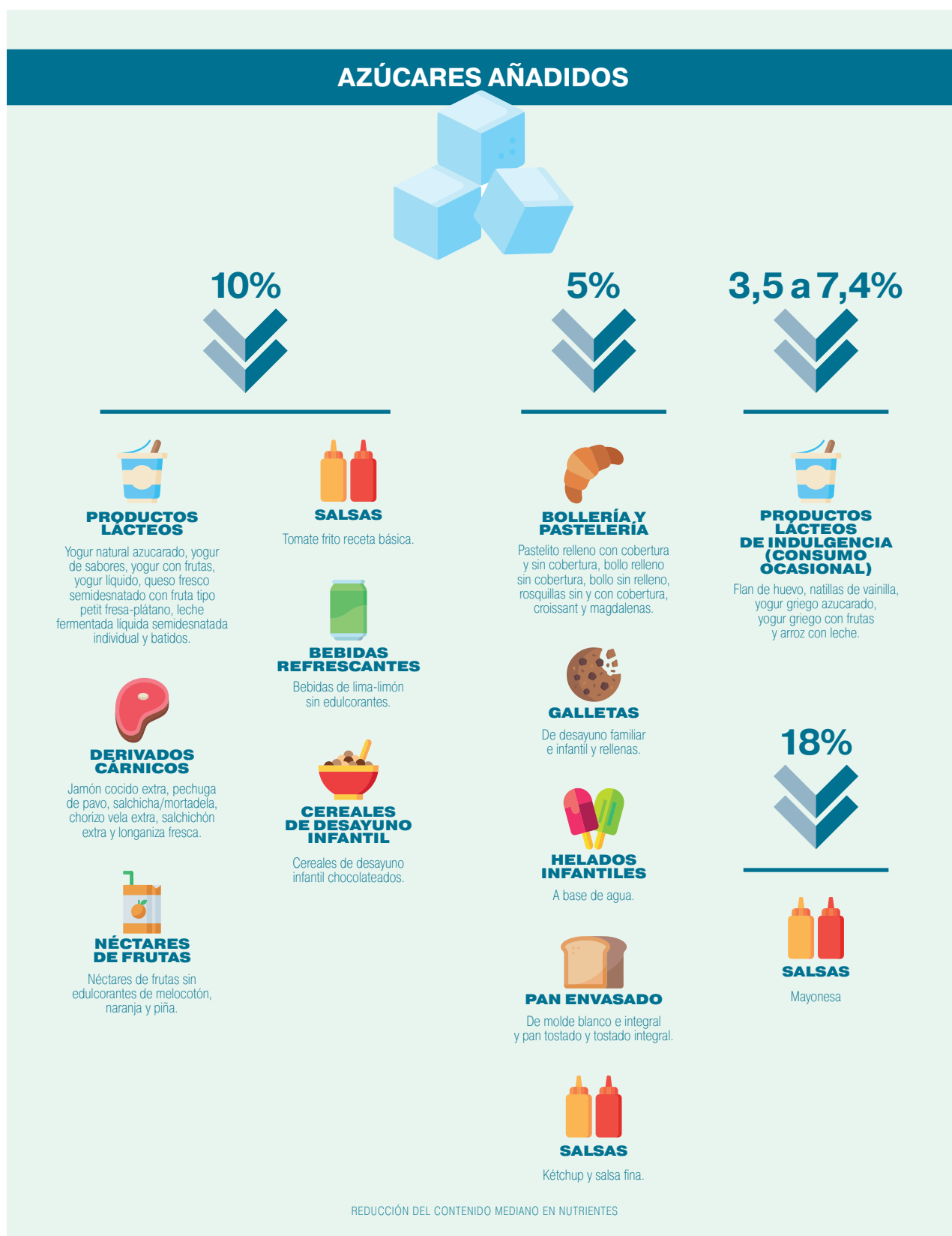
62) Reducción del 3,5% del contenido mediano de azúcar añadido en flan de huevo.

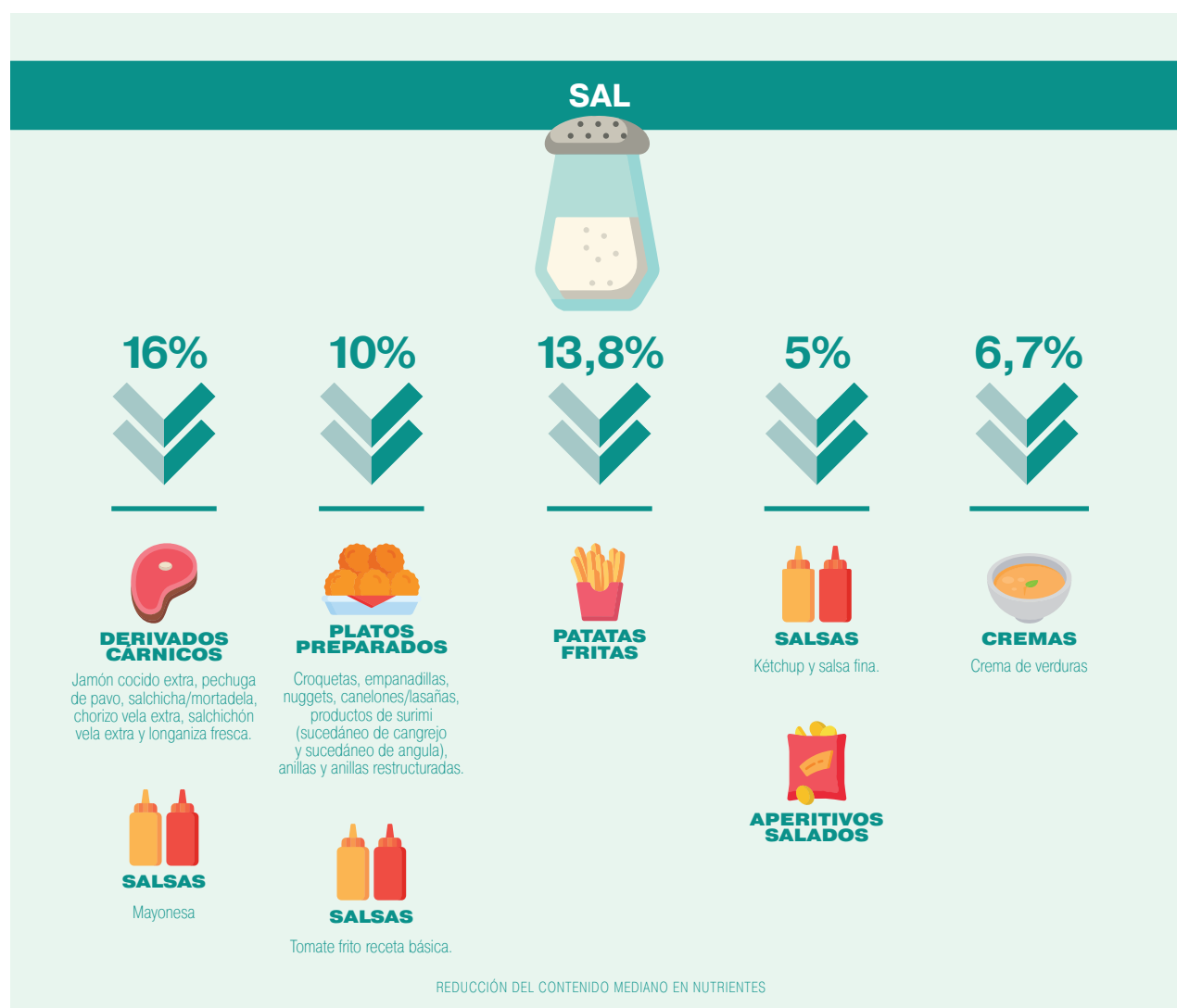
- 63)** Reducción del 6% del contenido mediano de azúcar añadido en natillas de vainilla.
- 64)** Reducción del 5% del contenido mediano de azúcar añadido en yogur griego natural azucarado.
- 65)** Reducción del 6,6% del contenido mediano de azúcar añadido en yogur griego con frutas.
- 66)** Reducción del 7,4% del contenido mediano de azúcar añadido en arroz con leche.
- 67)** Reducción de azúcares añadidos de flanes de vainilla de los productos con mayor contenido.

SALSAS

- 68)** Reducción del 10% del contenido mediano de azúcar añadido en tomate frito receta básica.
- 69)** Reducción del 10% del contenido mediano de sal en tomate frito receta básica.
- 70)** Reducción del 5% del contenido mediano de azúcar añadido en ketchup.
- 71)** Reducción del 5% del contenido mediano de sal en ketchup.
- 72)** Reducción del 18% del contenido mediano de azúcar total en mayonesa.
- 73)** Reducción del 5% del contenido mediano de azúcar total en salsa fina.
- 74)** Reducción del 16% contenido mediano de sal en mayonesa.
- 75)** Reducción del 5% contenido mediano de sal en salsa fina.

75 medidas cuantitativas de porcentajes de reducción de los nutrientes acordadas con los sectores de la fabricación y distribución (específicas de reformulación)







19 medidas cuantitativas acordadas con el sector de la restauración social

COLEGIOS/EMPRESAS/CAFETERÍA DE HOSPITALES/FUERZAS Y CUERPOS DE SEGURIDAD DEL ESTADO/CENTROS DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS Y EN CENTROS DE PENSIÓN COMPLETA-7 DÍAS (EXCEPTO SECTOR SOCIO SANITARIO)

- 1) Aumento de un 100% en la oferta de platos a base de carnes magras frente a otras carnes, como segundo plato: en colegios donde se oferte carne una vez a la semana pasando de ofrecer 1 vez al mes a 2 al mes y en empresas/cafetería hospitales/fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado/centros de administraciones públicas, en casos de menú sin elección, pasando de ofrecer 1 vez a la semana a 2 a la semana.
- 2) Aumento de un 50% en la oferta de platos a base de carnes magras frente a otras carnes, como segundo plato en centros de pensión completa-7 días (excepto sector socio-sanitario), en casos de menú sin elección, pasando de ofrecer 2 veces a la semana a 3 a la semana.
- 3) Aumento de un 100% en la oferta de platos cocinados a la plancha, y cocción y horno, sin añadir sofritos o salsas elaboradas en colegios y en empresas/cafeterías de hospitales/fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado/centros de administraciones públicas (en estos últimos en caso de que haya varios menús para elegir) pasando de ofrecer 4 veces al mes a 8 al mes.
- 4) Aumento de un 80% en la oferta de platos cocinados a la plancha, y cocción y horno, sin añadir sofritos o salsas elaboradas en centros de pensión completa-7 días (excepto sector socio-sanitario), pasando de ofrecer 5 veces al mes a 9 al mes.
- 5) Disminución del 10% a $\leq 7\%$ de la oferta de platos precocinados fritos (croquetas, San Jacobo, empanadillas...) tanto platos principales como acompañamiento en colegios.
- 6) Disminución del 15% a $< 10\%$ de la oferta de platos precocinados fritos (croquetas, San Jacobo, empanadillas...) tanto platos principales como acompañamiento en empresas/cafetería de hospitales/fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado/centros de administraciones públicas (en caso de que haya varios menús para elegir).
- 7) Disminución del 20% a $\leq 15\%$ de la oferta de platos precocinados fritos (croquetas, San Jacobo, empanadillas...) tanto platos principales como acompañamiento en centros de pensión completa-7 días (excepto sector socio-sanitario).
- 8) Aumento de 0 a 1 día/semana la oferta de pan integral como alternativa al pan blanco en colegios.

EMPRESAS/CAFETERÍA DE HOSPITALES/FUERZAS Y CUERPOS DE SEGURIDAD DEL ESTADO/ CENTROS DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS Y EN CENTROS DE PENSIÓN COMPLETA-7 DÍAS (EXCEPTO SECTOR SOCIO SANITARIO)

- 9) Aumento de un 100% de la oferta de primeros platos a base de hortalizas incluidas las verduras en empresas/cafetería de hospitales/fuerzas y cuerpos de seguridad del Esta-

do/ centros de administraciones públicas (en caso de menú sin elección), pasando de ofrecer 1 vez a la semana a 2 a la semana.

- 10)** Aumento de un 50% de la oferta de primeros platos a base de hortalizas incluidas las verduras en centros de pensión completa-7 días (excepto sector sociosanitario) en caso de que haya varios menús para elegir, pasando de ofrecer 4 veces a la semana a 6 a la semana.
- 11)** Aumento de un 100% de la oferta de primeros platos a base de legumbres en empresas/cafetería de hospitales/fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado/centros de administraciones públicas y centros de pensión completa-7 días (excepto en sector sociosanitario), en casos de que haya varios menús para elegir, pasando de ofrecer 1 vez a la semana a 2 a la semana.
- 12)** Aumento de un 50% de la oferta de segundos platos con guarnición de hortalizas, incluidas verduras, o legumbres en empresas/cafetería de hospitales/fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado/centros de administraciones públicas en caso de que haya varios menús para elegir, pasando de ofrecer 2 veces a la semana a 3 a la semana.
- 13)** Aumento de un 14% de la oferta de segundos platos con guarnición de hortalizas, incluidas verduras, o legumbres en centros de pensión completa-7 días (excepto sector sociosanitario) en caso de menú sin elección, pasando de ofrecer 7 veces a la semana a 8 a la semana.
- 14)** Aumento de un 100% de la oferta de platos de pescado como segundo plato en empresas/cafetería de hospitales/fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado/centros de administraciones públicas en casos de menú sin elección, pasando de ofrecer 1 vez a la semana a 2 a la semana.
- 15)** Aumento de un 33% de la oferta de platos de pescado como segundo plato en centros de pensión completa-7 días (excepto sector sociosanitario) en casos de menú sin elección, pasando de ofrecer 3 veces a la semana a 4 a la semana.
- 16)** Aumento de un 33% en la oferta de opciones de postre: fruta fresca de temporada (entera o troceada, p.ej. macedonia) en empresas/cafetería hospitales/fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado/centros de administraciones públicas (en casos de menú sin elección), pasando de ofrecer 3 veces a la semana a 4 a la semana.
- 17)** Aumento de un 42% en la oferta de opciones de postre: fruta fresca de temporada (entera o troceada, p.ej. macedonia en centros de pensión completa-7 días (excepto sector sociosanitario) en casos de menú sin elección, pasando de ofrecer de 7 a 14 de las ingestas, entre comida y cena, a 10 de 14 de las ingestas, entre comida y cena.
- 18)** Aumento de un 100% en la oferta de yogur natural no azucarado frente al total de oferta de productos lácteos en empresas/cafetería de hospitales/fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado/centros de administraciones públicas (en caso de que haya varios menús para elegir) y en centros de pensión completa-7 días (excepto sector sociosanitario), pasando de ofrecer de 1 de cada 8 al mes a 1 de cada 4 al mes.

CENTROS DE PENSIÓN COMPLETA-7 DÍAS (EXCEPTO SECTOR SOCIOSANITARIO)

- 19)** Aumento del 10% al 50% la oferta de biscotes/pan sin sal y del 10% al 25% la oferta de galletas sin azúcar frente al total de oferta de biscotes y galletas.

3 medidas cuantitativas acordadas con el sector de la restauración moderna

ESTABLECIMIENTOS CON SERVICIO EN MESA Y EN ESTABLECIMIENTOS SIN SERVICIOS EN MESA Y ESTABLECIMIENTOS EN RUTA

- 1)** Reducción del 50% del contenido de azúcar en sobres monodosis.
- 2)** Reducción del 33% del contenido de sal en sobres monodosis.
- 3)** Aumento del 20% al 50% de los desayunos y cafés en los que se utiliza leche baja en grasa y desnatada en establecimientos con servicio en mesa.

5 medidas cuantitativas acordadas con el sector de los distribuidores automáticos

- 1)** Reducción del 15% de la dosis máxima de azúcar añadido en bebidas de máquinas calientes.
- 2)** 100% Adquisición productos reformulados.
- 3)** Aumento del 30% al 50% de alimentos equilibrados que favorezcan conformar una dieta saludable del total de productos incluidos en la máquina.
- 4)** Aumento del 30% al 45% de agua en máquinas de bebidas frías del total de la oferta de bebidas incluida en la máquina.
- 5)** Aumento del 5% al 7% de bebidas refrescantes sin azúcares añadidos en máquinas de bebidas frías del total de la oferta de bebidas refrescantes incluida en la máquina.

41 medidas acordadas con los sectores de la fabricación

APERITIVOS SALADOS

- 1)** Mejora continuada del perfil lipídico de los productos de aperitivo.

BEBIDAS REFRESCANTES

- 2)** Reducción entre un 8% y un 16% del contenido de azúcar total en productos de bebidas refrescantes de naranja y limón.

- 3) Reducción de un 5,3% del contenido de azúcar total en productos de tónica.
- 4) Reducción de 21% del contenido de azúcar total en productos de bebidas isotónicas.
- 5) Reducción de un 10% del contenido de azúcar total en bebidas refrescantes (tipo cola, naranja, limón, lima-limón, té e isotónicas).
- 6) No realizar publicidad y promoción de bebidas refrescantes dirigida específicamente a menores de hasta 12 años en medios audiovisuales, impresos e internet (a excepción de la que contenga el etiquetado y embalaje de estos productos, que se registrará por la legislación que le resulte de aplicación).
- 7) No realizar entrega de producto ni patrocinio en eventos deportivos dirigidos a menores de 12 años.
- 8) En eventos deportivos dirigidos a adultos, con presencia de menores de 12 años y patrocinados o apoyados por producto de las empresas firmantes, solo realizarán entrega de producto a menores en presencia de la persona responsable del niño (padre, profesor o tutor).
- 9) Mantenimiento y refuerzo del compromiso del sector en cuanto a que los centros en los que se imparta educación primaria y secundaria serán espacios protegidos de cualquier comunicación de marketing. Por lo tanto, en los centros de educación secundaria, si hay máquinas de distribución automática de las empresas de ANFABRA, no llevarán marca.
- 10) Mantenimiento y refuerzo del compromiso del sector en cuanto a que en los centros de educación primaria no se realizará actividad comercial directa (venta) de bebidas refrescantes.
- 11) Se realizará solo actividad comercial directa (venta) de bebidas sin/bajas en calorías en los centros de educación secundaria que soliciten bebidas refrescantes, y en caso de que estén bajo el control directo de las empresas mencionadas debajo.
- 12) Fomento y promoción de un nuevo orden de distribución de las bebidas en máquinas expendedoras automáticas, de manera que en las filas superiores se localicen las bebidas sin o bajas en calorías, y bebidas con mayor contenido calórico en las posiciones inferiores, en máquinas expendedoras operadas directamente por asociados de ANFABRA. El porcentaje de las bebidas sin o bajas en calorías nunca será inferior al 51%.
- 13) Elaboración de una guía para operadores que detalle el compromiso e impulse su aplicación, en máquinas expendedoras no operadas directamente por asociados de ANFABRA.
- 14) En las salas de cine, promoción entre las partes interesadas del fomento de la variedad en la oferta de bebidas disponibles, dando preferencia a las bebidas sin y bajas en calorías, frente a las que tienen mayor contenido calórico.
- 15) En las salas de cine, promoción entre las partes interesadas del compromiso con la formación del personal encargado de la cantina, con el objetivo de promocionar las bebidas sin y bajas en calorías, frente a las que tienen mayor contenido calórico.

- 16)** En las salas de cine, promoción entre las partes interesadas de la disponibilidad de la información nutricional de la bebida dispensada en el establecimiento de forma visible para el consumidor.

BOLLERÍA Y PASTELERÍA

- 17)** Reducción de la presencia de azúcares y ácidos grasos saturados en los nuevos lanzamientos que se realicen.
- 18)** Sustitución, en la medida que sea posible, de las grasas vegetales con elevado contenido en grasas saturadas por aceites vegetales con menor contenido en estas.
- 19)** Incremento del uso de cereales completos (integrales) tanto en los nuevos lanzamientos como en los productos ya presentes en el mercado que así lo permitan.
- 20)** Reducción del tamaño de las porciones, en la medida de lo posible.
- 21)** Ampliación de la gama de productos, ofreciendo alternativas sin azúcares añadidos o en las que los azúcares se sustituyan por fibras u otros ingredientes con un menor contenido calórico.

CEREALES DE DESAYUNO

- 22)** Mejora continua de los productos, incluyendo otras reducciones de azúcares añadidos, grasas saturadas y sal; así como al incremento de fibra, poniendo un especial énfasis en aquellas categorías de cereales de desayuno destinadas al público infantil.

DERIVADOS CÁRNICOS

- 23)** Reducción del contenido en azúcar total y/o grasa total y/o sal que afectan a todos los derivados cárnicos, salvo los productos tradicionales.

GALLETAS

- 24)** Reducción de la presencia de azúcares y ácidos grasos saturados en los nuevos lanzamientos que se realicen.
- 25)** Incremento del uso de cereales completos (integrales) tanto en los nuevos lanzamientos como en los productos ya presentes en el mercado que lo permitan.
- 26)** Reducción del tamaño de porciones e incremento del uso de envases que faciliten el control de porciones.

- 27)** Ampliación de la gama de productos, ofreciendo alternativas sin azúcares añadidos o en las que los azúcares se sustituyan por fibras u otros ingredientes con un menor contenido calórico.

HELADOS

- 28)** Establecimiento de un máximo de energía de 110 Kcal/porción, un contenido máximo de grasa saturada 5 g/100 g o 100 ml y un contenido máximo de azúcares totales 20 g/100 g o 100 ml en otros helados infantiles.
- 29)** Establecimiento de un máximo de 300 Kcal/porción en helados para adultos.
- 30)** Reducción del tamaño de porción en helados para adultos.
- 31)** Disminución de las porciones, formatos mini, formatos adaptados a intolerancias alimentarias (sin lactosa, sin gluten, bajos en grasa, sin azúcares añadidos), formatos orientados al público infantil con un perfil nutricional ajustado a sus necesidades, formatos individuales o para compartir, etc.).

NÉCTARES DE FRUTAS

- 32)** Incremento del porcentaje de contenido en zumo en los néctares o sus mezclas con otros zumos menos ácidos o más densos para compensar.
- 33)** Sustitución de azúcares por edulcorantes.
- 34)** Disminución del tamaño de las porciones en envases inferiores a 1l especialmente en hostelería y el canal impulso.

PAN ENVASADO

- 35)** Reducción de la presencia de azúcares y ácidos grasos saturados en los nuevos lanzamientos que se realicen.
- 36)** Sustitución de las grasas vegetales con elevado contenido en grasas saturadas por aceites vegetales con menor contenido en estas en los productos en los que este cambio aún no se haya hecho.
- 37)** Incremento del uso de cereales completos (integrales) tanto en los nuevos lanzamientos como en los productos ya presentes en el mercado que así lo permitan.
- 38)** Reducción del tamaño de las rebanadas, reduciendo así el tamaño de las porciones en la medida de lo posible.

- 39)** Ampliación de la gama de productos, ofreciendo alternativas sin azúcares añadidos o en las que los azúcares se sustituyan por otros ingredientes con un menor contenido calórico.

PRODUCTOS LÁCTEOS

- 40)** Impulsar la posible adhesión de otros fabricantes e impactar sobre marcas importadas.
- 41)** Trabajar en el tamaño de las porciones en aquellos segmentos de consumo ocasional.

4 medidas acordadas con el sector de la distribución

- 1)** Mejora de la comercialización de los productos frescos y con formulación mejorada, mediante mayor presencia e información en la oferta comercial.
- 2)** Fomento e introducción de productos frescos en los surtidos y promoción de productos frescos y de temporada en la cartelería, redes sociales, web, canales físicos.
- 3)** Fomento de programas de formación y educación para empleados sobre la reformulación, alimentación y hábitos saludables.
- 4)** Participación e impulso de estudios de investigación y tecnología, en colaboración con la comunidad científica, relacionados con la mejora del conocimiento nutricional y la mejora de los productos de marca de distribuidor.

5 medidas acordadas con el sector de la restauración social

EMPRESAS/CAFETERÍA DE HOSPITALES/FUERZAS Y CUERPOS DE SEGURIDAD DEL ESTADO/ CENTROS DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS Y EN CENTROS DE PENSIÓN COMPLETA-7 DÍAS (EXCEPTO SECTOR SOCIO SANITARIO)

- 1)** Aumento del 10% al 100% de las empresas asociadas que colaboran en la promoción de mensajes o consejos saludables de alimentación y actividad física que conciencien al consumidor, a través de los medios de difusión utilizados por las empresas.
- 2)** Aumento del 10% al 70% de las empresas asociadas que ofrecen formación en nutrición y hábitos saludables al personal de cocina de las empresas.

COLEGIOS

- 3)** Aumento del 10% al 50% de las empresas asociadas que promocionan mensajes saludables consensuados, durante los meses que dure el curso lectivo escolar, en menús u otros soportes que permitan a las empresas la difusión de estos mensajes.

CENTROS DE PENSIÓN COMPLETA-7 DÍAS (EXCEPTO SECTOR SOCIOSANITARIO)

- 4) Aumento del 50% al 100% de las empresas asociadas que ofertan pan integral como alternativa al pan blanco.

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

- 5) Aumento del 75% al 100% de las empresas asociadas que ofertan pan integral como alternativa al pan blanco (en caso de que haya varios menús para elegir).

21 medidas acordadas con el sector de la restauración moderna

ESTABLECIMIENTOS CON SERVICIO EN MESA, ESTABLECIMIENTOS SIN SERVICIO EN MESA Y ESTABLECIMIENTOS EN RUTA

- 1) El 90% de las empresas adquirirán productos reformulados.
- 2) Aumento del 40% al 100% en el número de establecimientos con servicio de mesa que utilizan aceite de girasol, girasol alto oleico y/o aceite de oliva en los procesos de fritura.
- 3) Aumento del 50% al 100% en el número de establecimientos sin servicio de mesa que utilizan aceite de girasol, girasol alto oleico y/o aceite de oliva en los procesos de fritura.
- 4) Aumento del 40% al 85% en el número de establecimientos de restauración en ruta que utilizan aceite de girasol, girasol alto oleico y/o aceite de oliva en los procesos de fritura.
- 5) Reducción de los orificios de salida de las tapas de los saleros.
- 6) Aumento de la utilización de especias para reducir la sal añadida.
- 7) Oferta al consumidor de aceite de oliva virgen como aderezo para las ensaladas.
- 8) Incremento del uso de grasas o aceites de perfil nutricional más saludable como el aceite de oliva y de girasol en sustitución de ciertas grasas saturadas.
- 9) Aumento de la oferta de guarniciones de verduras y hortalizas como alternativa a las patatas fritas.
- 10) Aumento de la oferta de guarniciones de legumbres.
- 11) Incorporación de la presencia de frutas en las ensaladas.
- 12) Aumento de la oferta de fruta y zumos de fruta como opción de postre.

- 13)** Oferta de frutas a lo largo de todo el día (en otras comidas) y no reducir su oferta a la alternativa de postre.
- 14)** Aumento de la disponibilidad de agua corriente a disposición del cliente, bajo petición.

ESTABLECIMIENTOS CON SERVICIO EN MESA

- 15)** Aumento del 10% al 70% en el número de establecimientos que ofertan platos preparados con técnicas culinarias como horneados, vapor y plancha frente a frituras.

ESTABLECIMIENTOS CON SERVICIO EN MESA Y ESTABLECIMIENTOS EN RUTA

- 16)** Aumento del 30% al 70% de los establecimientos con ausencia de saleros y salseros en las mesas. Estarán a disposición del cliente bajo petición.

ESTABLECIMIENTOS SIN SERVICIO EN MESA Y ESTABLECIMIENTOS EN RUTA

- 17)** Aumento del 20% al 90% de las empresas en los que se utiliza leche baja en grasa y desnatada en los desayunos y cafés servidos a lo largo de todo el día.

ESTABLECIMIENTOS CON Y SIN SERVICIO EN MESA

- 18)** Aumento del 13% al 50% en el número de establecimientos con servicio en mesa con disminución de tamaño de porciones o incremento de la oferta de platos *para compartir*.
- 19)** Aumento del 15% al 50% en el número de establecimientos sin servicio en mesa con disminución de tamaño de porciones o incremento de la oferta de platos “para compartir” productos de distintos tamaños.
- 20)** Aumento del 12% al 50% en el número de establecimientos con servicio en mesa que disponen de alternativas al pan blanco y/o aumentan la oferta de cereales integrales.
- 21)** Aumento del 5% al 50% en el número de establecimientos sin servicio a mesa que disponen de alternativas al pan blanco y/o aumentan la oferta de cereales integrales.

3 medidas acordadas con el sector de la distribución automática

- 1)** Incentivación del consumo de productos reformulados y alimentos que conformen una dieta saludable mediante su colocación en la máquina en zonas más visibles para el consumidor, que técnicamente permita la máquina (condiciones de temperatura, etc.).
- 2)** Incorporación de información o mensajes sobre hábitos saludables en las máquinas.
- 3)** Información a los profesionales del sector sobre su PLAN de Salud.

ANEXO 2. CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE ALIMENTOS

APERITIVOS SALADOS	Néctar de naranja sin edulcorantes
Palomitas de microondas	Néctar de piña sin edulcorantes
Patatas fritas	PAN ESPECIAL ENVASADO
Productos de aperitivo	Pan de molde blanco
Productos de aperitivo fritos	Pan de molde integral
BEBIDAS REFRESCANTES	Pan tostado
Bebidas refrescantes de lima-limón sin edulcorantes	Pan tostado integral
BOLLERÍA Y PASTERÍA	PLATOS PREPARADOS
Bollo con pepitas de chocolate	Anillas
Bollo relleno sin cobertura	Anillas restructuradas
Bollo sin relleno	Croquetas
Croissant	Empanadillas
Magdalenas	Lasañas/canelones
Pastelito relleno con cobertura	Nuggets
Pastelito relleno sin cobertura	Productos de Surimi (sucedáneo de angula)
Rosquillas con cobertura	Productos de Surimi (sucedáneo de cangrejo)
Rosquillas sin cobertura	PRODUCTOS LÁCTEOS
CEREALES DE DESAYUNO	Arroz con leche
Cereales de desayuno infantil chocolateados	Batidos
CREMAS	Flan de huevo
Crema de verduras	Flan de vainilla
DERIVADOS CÁRNICOS	Queso fresco semidesnat. con fruta tipo petit (fresa-plátano)
Chorizo vela extra	Leche fermentada líquida semidesnatada individual
Jamón cocido extra	Natillas de vainilla
Longaniza fresca	Yogur con fruta
Pechuga de pavo	Yogur de sabores
Salchichas/mortadela	Yogur griego con frutas
Salchichón vela extra	Yogur griego natural azucarado
GALLETAS	Yogur natural azucarado
Galletas de desayuno familiar e infantil	Yogur líquido
Galletas rellenas	SALSAS
HELADOS	Kéetchup
Helados infantiles base agua	Mayonesa
NÉCTARES DE FRUTAS	Salsa fina
Néctar de melocotón sin edulcorantes	Tomate frito receta básica

ANEXO 3. COMPARACIÓN DE DATOS ANALÍTICOS CON DATOS DE ETIQUETADO/EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO DE TOLERANCIAS DE NUTRIENTES DECLARADOS EN ETIQUETADO SEGÚN ANALÍTICA

Aperitivos salados

EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO DE TOLERANCIAS DE GRASA SATURADA DECLARADA EN ETIQUETADO SEGÚN ANALÍTICA

INCUMPLIMIENTO TOLERANCIAS (%)	N	TOTAL	ANALÍTICA <ETIQUETADO	% ANALÍTICA >ETIQUETADO
PALOMITAS DE MICROONDAS	3	66,7	66,7	0,0
PATATAS FRITAS	17	5,9	5,9	0,0
PRODUCTOS DE APERITIVO FRITOS	17	17,6	17,6	0,0
APERITIVOS	37	16,2	16,2	0,0

EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO DE TOLERANCIAS DE SAL DECLARADA EN ETIQUETADO SEGÚN ANALÍTICA

INCUMPLIMIENTO TOLERANCIAS (%)	N	TOTAL	ANALÍTICA <ETIQUETADO	% ANALÍTICA >ETIQUETADO
PATATAS FRITAS	28	39,3	39,3	0,0
PRODUCTOS DE APERITIVO	19	26,3	26,3	0,0
APERITIVOS	47	34,0	34,0	0,0

Bebidas refrescantes

EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO DE TOLERANCIAS DE AZÚCAR DECLARADA EN ETIQUETADO SEGÚN ANALÍTICA

INCUMPLIMIENTO TOLERANCIAS (%)	N	TOTAL	ANALÍTICA <ETIQUETADO	% ANALÍTICA >ETIQUETADO
BEBIDAS REFRESCANTES DE LIMA-LIMÓN SIN EDULCORANTES	5	20,0	0,0	20,0

Bollería y pastelería

EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO DE TOLERANCIAS DE AZÚCAR
DECLARADA EN ETIQUETADO SEGÚN ANALÍTICA

INCUMPLIMIENTO TOLERANCIAS (%)	N	TOTAL	ANALÍTICA <ETIQUETADO	% ANALÍTICA >ETIQUETADO
BOLLO RELLENO SIN COBERTURA	6	16,7	0,0	16,7
BOLLO SIN RELLENO	12	8,3	0,0	8,3
CROISSANTS	13	15,4	15,4	0
MAGDALENAS	35	0,0	0,0	0,0
PASTELITO RELLENO CON COBERTURA	22	4,5	0,0	4,5
PASTELITO RELLENO SIN COBERTURA	2	0,0	0,0	0,0
ROSQUILLAS CON COBERTURA	7	0,0	0,0	0,0
ROSQUILLAS SIN COBERTURA	6	33,3	16,7	16,7
BOLLERÍA Y PASTELERÍA	103	6,8	2,9	3,9

EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO DE TOLERANCIAS DE GRASA SATURADA
DECLARADA EN ETIQUETADO SEGÚN ANALÍTICA

INCUMPLIMIENTO TOLERANCIAS (%)	N	TOTAL	ANALÍTICA <ETIQUETADO	% ANALÍTICA >ETIQUETADO
BOLLO CON PEPITAS DE CHOCOLATE	5	0,0	0,0	0,0
ROSQUILLAS CON COBERTURA	5	0,0	0,0	0,0
ROSQUILLAS SIN COBERTURA	2	0,0	0,0	0,0
BOLLERÍA Y PASTELERÍA	12	0,0	0,0	0,0

Cereales de desayuno

EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO DE TOLERANCIAS DE AZÚCAR
DECLARADA EN ETIQUETADO SEGÚN ANALÍTICA

INCUMPLIMIENTO TOLERANCIAS (%)	N	TOTAL	ANALÍTICA <ETIQUETADO	% ANALÍTICA >ETIQUETADO
CEREALES DE DESAYUNO INFANTIL CHOCOLATEADOS	13	0,0	0,0	0,0

Cremas

EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO DE TOLERANCIAS DE SAL
DECLARADA EN ETIQUETADO SEGÚN ANALÍTICA

INCUMPLIMIENTO TOLERANCIAS (%)	N	TOTAL	ANALÍTICA <ETIQUETADO	% ANALÍTICA >ETIQUETADO
CREMAS DE VERDURAS	17	0,0	0,0	0,0

Derivados cárnicos

EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO DE TOLERANCIAS DE AZÚCAR
DECLARADA EN ETIQUETADO SEGÚN ANALÍTICA

INCUMPLIMIENTO TOLERANCIAS (%)	N	TOTAL	ANALÍTICA <ETIQUETADO	% ANALÍTICA >ETIQUETADO
CHORIZO VELA EXTRA	5	0,0	0,0	0,0
JAMÓN COCIDO EXTRA	1	0,0	0,0	0,0
LONGANIZA FRESCA	3	0,0	0,0	0,0
PECHUGA DE PAVO	15	0,0	0,0	0,0
SALCHICHA/ MORTADELA	34	0,0	0,0	0,0
SALCHICHÓN VELA EXTRA	13	0,0	0,0	0,0
DERIVADOS CÁRNICOS	71	0,0	0,0	0,0

EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO DE TOLERANCIAS DE GRASA TOTAL
DECLARADA EN ETIQUETADO SEGÚN ANALÍTICA

INCUMPLIMIENTO TOLERANCIAS (%)	N	TOTAL	ANALÍTICA <ETIQUETADO	% ANALÍTICA >ETIQUETADO
CHORIZO VELA EXTRA	34	14,7	5,9	8,8
LONGANIZA FRESCA	17	29,4	11,8	17,6
SALCHICHA/ MORTADELA	67	14,9	9,0	6,0
SALCHICHÓN VELA EXTRA	31	16,1	9,7	6,5
DERIVADOS CÁRNICOS	149	16,8	8,7	8,1

EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO DE TOLERANCIAS DE SAL DECLARADA EN ETIQUETADO SEGÚN ANALÍTICA

INCUMPLIMIENTO TOLERANCIAS (%)	N	TOTAL	ANALÍTICA <ETIQUETADO	% ANALÍTICA >ETIQUETADO
CHORIZO VELA EXTRA	27	0,0	0,0	0,0
JAMÓN COCIDO EXTRA	24	16,7	0,0	16,7
LONGANIZA FRESCA	17	17,6	11,8	5,9
PECHUGA DE PAVO	17	29,4	11,8	17,6
SALCHICHA/ MORTADELA	43	14,0	2,3	11,6
SALCHICHÓN VELA EXTRA	16	6,3	6,3	0,0
DERIVADOS CÁRNICOS	144	13,2	4,2	9,0

Galletas

EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO DE TOLERANCIAS DE AZÚCAR DECLARADA EN ETIQUETADO SEGÚN ANALÍTICA

INCUMPLIMIENTO TOLERANCIAS (%)	N	TOTAL	ANALÍTICA <ETIQUETADO	% ANALÍTICA >ETIQUETADO
GALLETAS DE DESAYUNO FAMILIAR E INFANTIL	27	0,0	0,0	0,0
GALLETAS RELLENAS	18	0,0	0,0	0,0
GALLETAS	45	0,0	0,0	0,0

EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO DE TOLERANCIAS DE GRASA SATURADA DECLARADA EN ETIQUETADO SEGÚN ANALÍTICA

INCUMPLIMIENTO TOLERANCIAS (%)	N	TOTAL	ANALÍTICA <ETIQUETADO	% ANALÍTICA >ETIQUETADO
GALLETAS DE DESAYUNO FAMILIAR E INFANTIL	22	4,5	4,5	0,0
GALLETAS RELLENAS	13	0,0	0,0	0,0
GALLETAS	35	2,9	2,9	0,0

Helados

EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO DE TOLERANCIAS DE AZÚCAR
DECLARADA EN ETIQUETADO SEGÚN ANALÍTICA

INCUMPLIMIENTO TOLERANCIAS (%)	N	TOTAL	ANALÍTICA <ETIQUETADO	% ANALÍTICA >ETIQUETADO
HELADO INFANTIL BASE AGUA	13	0,0	0,0	0,0

Néctares de frutas

EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO DE TOLERANCIAS DE AZÚCAR
DECLARADA EN ETIQUETADO SEGÚN ANALÍTICA

INCUMPLIMIENTO TOLERANCIAS (%)	N	TOTAL	ANALÍTICA <ETIQUETADO	% ANALÍTICA >ETIQUETADO
NÉCTAR DE MELOCOTÓN SIN EDULCORANTES	9	0,0	0,0	0,0
NÉCTAR DE NARANJA SIN EDULCORANTES	5	0,0	0,0	0,0
NÉCTAR DE PIÑA SIN EDULCORANTES	9	0,0	0,0	0,0
NÉCTARES	23	0,0	0,0	0,0

Pan especial envasado

EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO DE TOLERANCIAS DE AZÚCAR
DECLARADA EN ETIQUETADO SEGÚN ANALÍTICA

INCUMPLIMIENTO TOLERANCIAS (%)	N	TOTAL	ANALÍTICA <ETIQUETADO	% ANALÍTICA >ETIQUETADO
PAN DE MOLDE BLANCO	12	0,0	0,0	0,0
PAN DE MOLDE INTEGRAL	13	0,0	0,0	0,0
PAN TOSTADO	14	7,1	7,1	0
PAN TOSTADO INTEGRAL	14	0,0	0,0	0,0
PANES	53	1,9	1,9	0,0

Platos preparados

EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO DE TOLERANCIAS DE SAL
DECLARADA EN ETIQUETADO SEGÚN ANALÍTICA

INCUMPLIMIENTO TOLERANCIAS (%)	N	TOTAL	ANALÍTICA <ETIQUETADO	% ANALÍTICA >ETIQUETADO
ANILLAS	7	28,6	14,3	14,3
ANILLAS REESTRUCTURADAS	6	33,3	0,0	33,3
CROQUETAS	39	12,8	12,8	0,0
EMPANADILLAS	10	0,0	0,0	0,0
LASAÑAS/CANELONES	20	0,0	0,0	0,0
NUGGETS	9	22,2	22,2	0,0
P. SURIMI (S. DE ANGULA)	8	12,5	12,5	0,0
P. SURIMI (S. DE CANGREJO)	12	0,0	0,0	0,0
PLATOS PREPARADOS	111	10,8	8,1	2,7

EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO DE TOLERANCIAS DE GRASA SATURADA
DECLARADA EN ETIQUETADO SEGÚN ANALÍTICA

INCUMPLIMIENTO TOLERANCIAS (%)	N	TOTAL	ANALÍTICA <ETIQUETADO	% ANALÍTICA >ETIQUETADO
NUGGETS	12	16,7	8,3	8,3

Productos lácteos

EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO DE TOLERANCIAS DE AZÚCAR DECLARADA EN ETIQUETADO SEGÚN ANALÍTICA				
INCUMPLIMIENTO TOLERANCIAS (%)	N	TOTAL	ANALÍTICA <ETIQUETADO	% ANALÍTICA >ETIQUETADO
ARROZ CON LECHE	5	0,0	0,0	0,0
BATIDOS	33	0,0	0,0	0,0
FLAN DE HUEVO	2	0,0	0,0	0,0
FLAN DE VAINILLA	2	0,0	0,0	0,0
LECHE FERMENTADA LÍQUIDA SEMIDESNATADA INDIVIDUAL	17	0,0	0,0	0,0
NATILLAS DE VAINILLA	2	0,0	0,0	0,0
QUESO FRESCO SEMIDESNATADO CON FRUTA TIPO PETIT (FRESA-PLÁTANO)	4	0,0	0,0	0,0
YOGUR CON FRUTAS	13	0,0	0,0	0,0
YOGUR DE SABORES	44	0,0	0,0	0,0
YOGUR GRIEGO CON FRUTAS	15	0,0	0,0	0,0
YOGUR GRIEGO NATURAL AZUCARADO	2	0,0	0,0	0,0
YOGUR LÍQUIDO	23	0,0	0,0	0,0
YOGUR NATURAL AZUCARADO	13	0,0	0,0	0,0
LÁCTEOS	175	0,0	0,0	0,0

Salsa

EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO DE TOLERANCIAS DE AZÚCAR DECLARADA EN ETIQUETADO SEGÚN ANALÍTICA				
INCUMPLIMIENTO TOLERANCIAS (%)	N	TOTAL	ANALÍTICA <ETIQUETADO	% ANALÍTICA >ETIQUETADO
KÉTCHUP	5	0,0	0,0	0,0
MAYONESA	8	0,0	0,0	0,0
SALSA FINA	3	33,3	0,0	33,3
TOMATE FRITO RECETA BÁSICA	10	0,0	0,0	0,0
SALSAS	26	3,8	0,0	3,8

EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO DE TOLERANCIAS DE SAL DECLARADA EN ETIQUETADO SEGÚN ANALÍTICA

INCUMPLIMIENTO TOLERANCIAS (%)	N	TOTAL	ANALÍTICA <ETIQUETADO	% ANALÍTICA >ETIQUETADO
KÉTCHUP	5	0,0	0,0	0,0
MAYONESA	8	0,0	0,0	0,0
SALSA FINA	3	33,3	0,0	33,3
TOMATE FRITO RECETA BÁSICA	10	0,0	0,0	0,0
SALSAS	26	3,8	0,0	3,8

ANEXO 4. CUESTIONARIOS

Alimentación fuera del hogar: cuestionarios cuantitativos y cualitativos

[illegible]

EMPRESA (seleccionar del desplegable en cada fila)	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	Nº ESTABLECIMIENTOS EN TERRITORIO NACIONAL	CONTENIDO EN AZÚCAR EN SOBRES MONODOSIS (gramos)	CONTENIDO EN SAL EN SOBRES MONODOSIS (gramos)	% DESAYUNOS EN LOS QUE SE UTILIZA LECHE BAJA EN GRASA O DESNATADA Sólo Establecimientos con servicio en mesa (casual dining, fine dining)	COMENTARIOS
Selección empresa Si no figura en el listado seleccionar OTRA y completar la columna COMENTARIO Antojitos Barrio, S.L.U. Barra y Leña Buñuelos Gáliz Casual Beer & Food, S.L. Comest (Grupo de Restauración, S.L. Comest (Grupo de Restauración, S.L. Ensaladería Viena, S.A. Fine Gust Spain, S.L. Foodbox, S.A. Gestión y Explotación de Restaurantes, S.L. (Grupo Abade Grupo Gourmets, S.L. (GOURMET) Grupo VIPS KFC Restaurant Spain, S.L. La Milla de Serrano, S.L. (La Milla de Serrano a la Mesa) Mandela Paris, S.L. Parifood S.A. (Eat Out) Parifood S.A. (Eat Out) Parifood Service, S.L. (La Tagliatella) Restaurante Grupo de Restauración, S.L. (Parafala) Restaurante Grupo de Restauración, S.L. (Parafala) Rocella Sandwich, S.L. (Rocella Food&Bever) Soleo Creative Partner, S&L-SSP TUK TUK- Taste of Asian Kitchen S.L. (Tuk Tuk Asian Street Urban Food Partners, S.L. Viena Restaurant Capellanes (Viena Capellanes) OTRA						

FORMULARIO COMPROMISO CUALITATIVO COLEGIOS					
EMPRESA	CONFORMIDAD VERACIDAD DE LOS DATOS	TIPO DE CONTRATACIÓN	NÚMERO DE CENTROS	Promoción de mensajes saludables consensuados durante los meses que dure el curso lectivo escolar, en menús u otros soportes que permitan a las empresas la difusión de estos mensajes.	
Empresa Seleccionar una empresa del listado. Si la empresa no figura en el listado seleccionar OTRA y completar el nombre en la columna COMENTARIOS Ahoroma, S.A. (Alimentación y Hostelería Madrileña, A) Alimentación Colegios Empresas S.A. (ALCESA) Alimentos para Colegios (ALCOG) Alimentación Industrial Reunida Alisa, S.L. Alpirina, S.A. ALYES Restauración Social SLU Amor al Comer y Recibirse a Centros de Empleo Ausolan RCN, S.L. Auzo Lapuri S.Coop. Barral Gastronomia S.L. Catering Perea Rojas SLU Cocinas de la Universidad de Navarra S.L. Central de Catering Servitecnica, S.L. Clece S.A. Compañía Goni, S.L. Cocina Central Magui S.L. Compañía de Catering y Eventos S.L. COMBACO Restauración, S.A. Coldevinoli S.L. Combus, S.L. Colectividades M. Marzúp, S.L. Colectividades S.L. Comedores Barrio, S.L. Comedores de Euzkadi S.L. Comedor El Fuentes Riaño, S.L. (EOPURRI). Comedor de la Universidad de Navarra S.L. Dios Colectividades, S.L. Empresas de comedores y servicios EMACORSA, S.L. Erbasari Sport, S.L. Eurest Colectividades, S.L. Farmacia de la Universidad de Navarra S.L. Gastronomía Baska Gastronomie Madrileña S.A.U. Gelburri S.L. Hijos de la Universidad (HUYOCOA) IGMO, SL Instituto de Estudios de la Alimentación S.A. Luis San Rodríguez (CATERING LUIS ROSA) Organización de Eventos STAFF, S.L. Rozobee, S.L. Servicios de Catering y Eventos S.L. Servicios Integrates para Colectividades, S.L. - SIC Sesumon, S.A. Tamar las Arenas, S.A. Unimart, Cateriana de Alimentación UCALES S.A. OTRA	Conformidad de los datos confirma que los datos incluidos en el cuestionario son veraces SI NO	Tipo de contratación Seleccionar el tipo de Contratación: sujeto a PPT (Pliego de Prescripciones Técnicas) o No sujeto a PPT (Pliego de Prescripciones Técnicas) Sujeto a PPT No sujeto a PPT		Cumplimiento de la medida Seleccionar la opción más adecuada SI NO EN PROCESO	

[illegible]

[illegible]

[illegible]

INFORME	COMPARACIÓN FOTOCOPIA DE LOS UNIDOS	TIPO DE MÁQUINA	ESTIMACIÓN NÚMERO DE MÁQUINAS DE CADA TIPO	DOSIS MÁQUINA DE ALZCAR MÁQUINA EN GRAMOS (EN BOMBAS DE MÁQUINAS CHAVETES)	IN PRODUCTOS FOTOCOPIADOS ACQUIBROS	IN ALIMENTOS FOTOCOPIADOS QUE FAVORITIZAN CONSUMO EN PRODUCTOS INCLUIDOS EN LA MÁQUINA	% DE AGUA EN MÁQUINAS DE BOMBAS FUEGO DEL TOTAL DE LA CUANTÍA DE BOMBAS FUEGO EN LA MÁQUINA	% DE BOMBAS EFICIENTES EN MÁQUINAS DE ALIMENTOS EN MÁQUINAS DE BOMBAS FUEGO DEL TOTAL DE LA CUANTÍA DE BOMBAS FUEGO EN LA MÁQUINA	DOSIS DE ALZCAR MÁQUINA EN GRAMOS QUE SE INCLUYE EN EL PRODUCTO (DESCRIBIR)	COMENTARIOS
Figuras Seleccionar una empresa del listado. Si no figura en el listado seleccionar otra empresa que no sea la de la columna COMENTARIOS	Veracidad de los datos Seleccionar la opción más adecuada con relación a la veracidad de los datos. SI NO	Tipo de máquina Seleccionar el tipo de máquina: bombas, chavetes, otros. Indicar el tipo de máquina y el tipo de producto. Indicar el tipo de máquina y el tipo de producto. CAJERAS OTROS	Máquina de bombas Seleccionar la opción más adecuada. Indicar el tipo de máquina y el tipo de producto. Indicar el tipo de máquina y el tipo de producto. SI NO	Dosis máquina de bombas Indicar en gramos la dosis de la máquina. Indicar en gramos la dosis de la máquina. Indicar en gramos la dosis de la máquina. SI NO	Productos fotocopados Indicar el tipo de producto. Indicar el tipo de producto. Indicar el tipo de producto. SI NO	Alimentos favoritos Indicar el tipo de alimento. Indicar el tipo de alimento. Indicar el tipo de alimento. SI NO	% de agua en bombas Indicar el % de agua en bombas. Indicar el % de agua en bombas. Indicar el % de agua en bombas. SI NO	% de bombas eficientes Indicar el % de bombas eficientes. Indicar el % de bombas eficientes. Indicar el % de bombas eficientes. SI NO	Dosis de azúcar Indicar en gramos la dosis de la máquina. Indicar en gramos la dosis de la máquina. Indicar en gramos la dosis de la máquina. SI NO	Comentarios

Fabricación y distribución: cuestionarios cualitativos

CUESTIONARIO ACES	
EMPRESA	Nombre de la empresa: Si ha cambiado el nombre o no figure en el listado seleccione OTRA y complete la columna COMENTARIO Centros Comerciales Carrefour, S.A. Roski s. Coop. Supermercados S.A.U. Supermercados Sabeco, S.A.U. Supercor, S.A. OTRA
CONFORMIDAD VERACIDAD DE LOS DATOS	¿Confirma que los datos introducidos en el cuestionario se ajustan a la realidad? SI NO
CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS GENERALES	¿Cumplimiento de los compromisos que ha cumplido el cuestionario? SI NO NO PROCESO NO APLICA
CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS DEL SECTOR DE DISTRIBUCIÓN	¿Cumplimiento de los compromisos seleccionados la opción más adecuada con relación al cumplimiento del compromiso SI NO NO PROCESO
Mejora de la comercialización de los productos frescos y con formulación mejorada, mediante mayor presencia e información en la oferta comercial. Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO indicar en la columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016) Si la opción seleccionada es NO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo	
Fomento e introducción de productos frescos en los surtidos y promoción de productos frescos y de temporada en la cartelería, redes sociales, web, canales físicos. Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO indicar en la columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016) Si la opción seleccionada es NO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo	
Fomento de programas de formación y educación para empleados sobre la reformulación, alimentación y hábitos saludables Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO indicar en la columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016) Si la opción seleccionada es NO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo	
Participación e impulso de estudios de investigación y tecnología, en colaboración con la comunidad científica, relacionados con la mejora del conocimiento nutricional y la mejora de los productos de marca de distribuidor Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO indicar en la columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016) Si la opción seleccionada es NO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo	
Con el fin de evaluar adecuadamente el compromiso cuantitativo de reducción del contenido en azúcares de bebidas refrescantes lima-limón completar las siguientes cuestiones. Si la empresa no ha incluido ningún producto de esta subcategoría en el Excel de medidas cuantitativas seleccionar NO APLICA ¿Tienen edulcorantes los productos bebidas refrescantes lima-limón en 2016? Si la respuesta es SI indicar en comentarios el nombre del producto	Presencia de edulcorantes selecciona la opción más adecuada SI NO NO APLICA
Con el fin de evaluar adecuadamente el compromiso cuantitativo de reducción del contenido en grasas saturadas de productos de aperitivo fritos se solicita completar las siguientes cuestiones. Si la empresa no ha incluido ningún producto de estas subcategorías en el Excel de medidas cuantitativas seleccionar NO APLICA ¿Desde 2016 ha reducido el contenido en grasas saturadas en todos los productos de la subcategoría palomitas para microondas? Si la respuesta es NO, indicar en cuáles no o si el motivo es que se ha reducido previamente ¿Desde 2016 ha reducido el contenido en grasas saturadas en todos los productos de la subcategoría patatas fritas? Si la respuesta es NO, indicar en cuáles no o si el motivo es que se ha reducido previamente ¿Desde 2016 ha reducido el contenido en grasas saturadas en todos los productos de la subcategoría productos de aperitivo fritos? Si la respuesta es NO, indicar en cuáles no o si el motivo es que se ha reducido previamente	Reducción grasas saturadas selecciona la opción más adecuada SI NO NO APLICA
Con el fin de evaluar adecuadamente el compromiso cuantitativo de reducción del contenido en azúcares de néctares completar las siguientes cuestiones. Si la empresa no ha incluido ningún producto de estas subcategorías en el Excel de medidas cuantitativas seleccionar NO APLICA ¿Tienen edulcorantes los productos néctares de melocotón en 2016? Si la respuesta es SI indicar en comentarios el nombre del producto ¿Tienen edulcorantes los productos néctares de piña en 2016? Si la respuesta es SI indicar en comentarios el nombre del producto ¿Tienen edulcorantes los productos néctares de naranja en 2016? Si la respuesta es SI indicar en comentarios el nombre del producto	Presencia de edulcorantes selecciona la opción más adecuada SI NO NO APLICA

CUESTIONARIO ANGEED					
EMPRESA					
CONFORMIDAD VERACIDAD DE LOS DATOS					
CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS GENERALES Deben mantenerse los límites bajos o la ausencia de ácidos grasos trans. Las reducciones y medidas acordadas deben ser alcanzables en los años y en los productos pactados. Las empresas y sectores que se comprometan deben hacerlo con dichos objetivos. Sí se hacen reducciones adicionales en los mismos productos y/o en otros, que aportarán también beneficios en salud, estarán enmarcadas en límites tecnológicos, de seguridad alimentaria, de aceptación y de legislación. En el caso de lanzamiento de nuevos productos de las subcategorías adheridas al Plan, estos deberán estar alineados con las reducciones de los contenidos de sal, grasas y azúcares.					
CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS DEL SECTOR DE DISTRIBUCIÓN Mejora de la comercialización de los productos frescos y con formulación mejorada, mediante mayor presencia e información en la oferta comarcal. Si la opción seleccionada es SÍ o EN PROCESO indicar en la columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016) SI la opción seleccionada es NO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo Fomento e introducción de productos frescos en los surtidos y promoción de productos frescos y de temporada en la cartelería, redes sociales, web, canales físicos. SI la opción seleccionada es SÍ o EN PROCESO indicar en la columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016) SI la opción seleccionada es NO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo Fomento de programas de formación y educación para empleados sobre la reformulación, alimentación y hábitos saludables. SI la opción seleccionada es SÍ o EN PROCESO indicar en la columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016) SI la opción seleccionada es NO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo Participación e impulso de estudios de investigación y tecnología, en colaboración con la comunidad científica, relacionados con la mejora del conocimiento nutricional y la mejora de los productos de marca de distribuidor SI la opción seleccionada es SÍ o EN PROCESO indicar en la columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016) SI la opción seleccionada es NO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo					
Con el fin de evaluar adecuadamente el compromiso cuantitativo de reducción del contenido en azúcares de bebidas refrescantes lima-limón completar las siguientes cuestiones. Si la empresa no ha incluido ningún producto de esta subcategoría en el Excel de medidas cuantitativas seleccionar NO APLICA Tenía educadores los productos bebibles refrescantes lima-limón en 2016? SI la respuesta es SI indicar, en comentarios el nombre del producto					
Con el fin de evaluar adecuadamente el compromiso cuantitativo de reducción del contenido en grasas saturadas de las subcategorías patatas fritas, palomitas de microondas y productos de aperitivo fritos se solicita completar las siguientes cuestiones. Si la empresa no ha incluido ningún producto de estas subcategorías en el Excel de medidas cuantitativas seleccionar NO APLICA Desde 2016 ha reducido el contenido en grasas saturadas en todos los productos de la subcategoría palomitas para microondas ? SI la respuesta es NO, indicar en cuáles no o si el motivo es que se había reducido previamente Desde 2016 ha reducido el contenido en grasas saturadas en todos los productos de la subcategoría patatas fritas ? SI la respuesta es NO, indicar en cuáles no o si el motivo es que se había reducido previamente SI la respuesta es NO, indicar en cuáles no o si el motivo es que se ha reducido previamente					
Con el fin de evaluar adecuadamente el compromiso cuantitativo de reducción del contenido en azúcares de néctares completar las siguientes cuestiones. Si la empresa no ha incluido ningún producto en el Excel de medidas cuantitativas seleccionar NO APLICA Tenían educadores antes los productos néctares de melocotón en 2016? SI la respuesta es SI indicar, en comentarios el nombre del producto Tenían educadores los productos néctares de plima en 2016? SI la respuesta es SI indicar, en comentarios el nombre del producto Tenían educadores antes los productos néctares de naranja en 2016? SI la respuesta es SI indicar, en comentarios el nombre del producto					

CUESTIONARIO ASEDAS	
EMPRESA	Resumen de la empresa Nombre de la empresa: Dirección: Correo electrónico: Teléfono: Web: Indicador de calidad: Indicador de seguridad: Indicador de sostenibilidad: Indicador de innovación: Indicador de responsabilidad social: Indicador de transparencia: Indicador de eficiencia: Indicador de rentabilidad: Indicador de crecimiento: Indicador de satisfacción: Indicador de lealtad: Indicador de reputación: Indicador de imagen: Indicador de confianza: Indicador de credibilidad: Indicador de autoridad: Indicador de expertise: Indicador de conocimiento: Indicador de experiencia: Indicador de habilidad: Indicador de capacidad: Indicador de recursos: Indicador de talento: Indicador de liderazgo: Indicador de gestión: Indicador de estrategia: Indicador de visión: Indicador de misión: Indicador de valores: Indicador de principios: Indicador de normas: Indicador de estándares: Indicador de mejores prácticas: Indicador de benchmarks: Indicador de referencias: Indicador de ejemplos: Indicador de casos de éxito: Indicador de testimonios: Indicador de recomendaciones: Indicador de referencias cruzadas: Indicador de análisis de datos: Indicador de visualización de datos: Indicador de interpretación de datos: Indicador de comunicación de datos: Indicador de toma de decisiones: Indicador de resolución de problemas: Indicador de creatividad: Indicador de innovación: Indicador de emprendimiento: Indicador de liderazgo: Indicador de gestión: Indicador de estrategia: Indicador de visión: Indicador de misión: Indicador de valores: Indicador de principios: Indicador de normas: Indicador de estándares: Indicador de mejores prácticas: Indicador de benchmarks: Indicador de referencias: Indicador de ejemplos: Indicador de casos de éxito: Indicador de testimonios: Indicador de recomendaciones: Indicador de referencias cruzadas: Indicador de análisis de datos: Indicador de visualización de datos: Indicador de interpretación de datos: Indicador de comunicación de datos: Indicador de toma de decisiones: Indicador de resolución de problemas: Indicador de creatividad: Indicador de innovación: Indicador de emprendimiento:
CONFORMIDAD VERACIDAD DE LOS DATOS	Verificación de los datos ¿Confirma que los datos aportados son veraces y oportunos a la realidad? SI NO
CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS GENERALES	¿Cumplimiento de los compromisos? SI NO
Deben mantenerse los límites bajos o la ausencia de ácidos grasos trans.	
Las reducciones y medidas acordadas deben ser alcanzables en los años y en los productos pactados. Las empresas y sectores que se comprometan deben hacerlo con dichos objetivos	
Si se hacen reducciones adicionales en los mismos productos y/o en otros, que aportarían también beneficios en salud, estarán enmarcadas en límites tecnológicos, de seguridad alimentaria, de aceptación y de legislación.	
En el caso de lanzamiento de nuevos productos de las subcategorías adheridas al Plan, estos deberían estar alineados con las reducciones de los contenidos de sal, grasas y azúcares.	
CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS DEL SECTOR DE DISTRIBUCIÓN	¿Cumplimiento de los compromisos? SI NO
Mejora de la comercialización de los productos frescos y con formulación mejorada, mediante mayor presencia e información en la oferta comercial.	
Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO Indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016)	
Si la opción seleccionada es NO Indicar en la columna COMENTARIOS el motivo	
Fomento e introducción de productos frescos en los surtidos y promoción de productos frescos y de temporada en la cartelería, redes sociales, web, canales físicos.	
Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO Indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016)	
Si la opción seleccionada es NO Indicar en la columna COMENTARIOS el motivo	
Fomento de programas de formación y educación para empleados sobre la reformulación, alimentación y hábitos saludables	
Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO Indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016)	
Si la opción seleccionada es NO Indicar en la columna COMENTARIOS el motivo	
Participación e impulso de estudios de investigación y tecnología, en colaboración con la comunidad científica, relacionados con la mejora del conocimiento nutricional y la mejora de los productos de marca de distribuidor	
Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO Indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016)	
Si la opción seleccionada es NO Indicar en la columna COMENTARIOS el motivo	
Con el fin de evaluar adecuadamente el compromiso cuantitativo de reducción del contenido en azúcares, bebidas y refrescos lima-limón completar las siguientes cuestiones. Si la empresa no ha incluido ningún producto de esta subcategoría en el Excel de medidas cuantitativas seleccionar NO APLICA	Presencia edulcorantes en 2016 Seleccionar la opción más adecuada SI NO
¿Tenía edulcorantes los productos bebidas refrescantes lima-limón en 2016?	
Si la respuesta es SI Indicar en comentarios el nombre del producto	
Con el fin de evaluar adecuadamente el compromiso cuantitativo de reducción del contenido en grasas saturadas de las subcategorías patatas fritas, palomitas de microondas y productos de aperitivo fritos se solicita completar las siguientes cuestiones. Si la empresa no ha incluido ningún producto de estas subcategorías en el Excel de medidas cuantitativas seleccionar NO APLICA	Reducción grasa saturada Seleccionar la opción más adecuada SI NO
¿Desde 2016 ha reducido el contenido en grasa saturada en todos los productos de la subcategoría patatas fritas para microondas ?	
Si la respuesta es NO, indicar en cuáles no o si el motivo es que se había reducido previamente	
¿Desde 2016 ha reducido el contenido en grasa saturada en todos los productos de la subcategoría patatas fritas ?	
Si la respuesta es NO, indicar en cuáles no o si el motivo es que se ha reducido previamente	
¿Desde 2016 ha reducido el contenido en grasa saturada en todos los productos de la subcategoría productos de aperitivo fritos?	
Si la respuesta es NO, indicar en cuáles no o si el motivo es que se ha reducido previamente	
Con el fin de evaluar adecuadamente el compromiso cuantitativo de reducción del contenido en azúcares de néctares completar las siguientes cuestiones. Si la empresa no ha incluido ningún producto de estas subcategorías en el Excel de medidas cuantitativas seleccionar NO APLICA	Presencia edulcorantes Seleccionar la opción más adecuada SI NO
¿Tenían edulcorantes los productos néctares de melocotón en 2016?	
Si la respuesta es SI Indicar en comentarios el nombre del producto	
¿Tenían edulcorantes los productos néctares de piña en 2016?	
Si la respuesta es SI Indicar en comentarios el nombre del producto	
¿Tenían edulcorantes los productos néctares de naranja en 2016?	
Si la respuesta es SI Indicar en comentarios el nombre del producto	

FORMULARIO COMPROMISO CUALITATIVOS DE FABRICACIÓN AEFC	
EMPRESA	Nombre de la empresa Seleccionar la empresa. Si ha cambiado el nombre o no figura en el listado seleccionar OTRA y completar la columna COMENTARIO Grupo Siro. Kellogg España, S.L. Nestlé España, S.A. Weetabix Iberica, S.L. OTRA
CONFORMIDAD VERACIDAD DE LOS DATOS	Conformidad de los datos confirma que los datos incluidos en el cuestionario son veraces SI NO
CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS GENERALES	Cumplimiento de los compromisos ¿se ha cumplido el compromiso? SI NO EN PROCESO NO APLICA
Deben mantenerse los límites bajos o la ausencia de ácidos grasos trans. Las reducciones y medidas acordadas deben ser alcanzables en los años y en los productos pactados. Las empresas y sectores que se comprometan deben hacerlo con dichos objetivos Si se hacen reducciones adicionales en los mismos productos y/o en otros, que aportarían también beneficios en salud, estarán enmarcadas en límites tecnológicos, de seguridad alimentaria, de aceptación y de legislación. En el caso de lanzamiento de nuevos productos de las subcategorías adheridas al Plan, estos deberían estar alineados con las reducciones de los contenidos de sal, grasas y azúcares.	
CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS DE CEREALES DE DESAYUNO	Cumplimiento del compromiso ¿Se ha cumplido el compromiso? seleccionar la opción adecuada SI NO EN PROCESO
Las empresas asociadas a AEFC se comprometen a la mejora continua de los productos, incluyendo otras reducciones de azúcares añadidos, grasas saturadas y sal; así como al incremento de fibra, poniendo un especial énfasis en aquellas categorías de cereales de desayuno destinadas al público infantil si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO Indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en que consiste la mejora (Datos desde 2016) Si la opción seleccionada es NO indicar en la Columna COMENTARIOS una justificación	

CUESTIONARIO AEFH	
EMPRESA	Nombre de la empresa Seleccionar la empresa. Si ha cambiado el nombre o no figura en el listado seleccionar OTRA y completar la columna COMENTARIO Helados Estiu, S.A. Industrias Ijionencas, S.A. Lacrem, S.A. Unilever España, S.A. OTRA
CONFORMIDAD VERACIDAD DE LOS DATOS	Conformidad de los datos ¿Confirma que los datos incluidos en el cuestionario se ajustan a la realidad? SI NO
CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS GENERALES Deben mantenerse los límites bajos o la ausencia de ácidos grasos trans. Las reducciones y medidas acordadas deben ser alcanzables en los años y en los productos pactados. Las empresas y sectores que se comprometan deben hacerlo con dichos objetivos Si se hacen reducciones adicionales en los mismos productos y/o en otros, que aportarían también beneficios en salud, estarán enmarcadas en límites tecnológicos, de seguridad alimentaria, de aceptación y de legislación. En el caso de lanzamiento de nuevos productos de las subcategorías adheridas al Plan, estos deberían estar alineados con las reducciones de los contenidos de sal, grasas y azúcares. CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS DE HELADOS En helados infantiles (que no pertenecen a la subcategoría helados infantiles en base agua) se cumplen los siguientes criterios: valor energético $\leq 110\text{Kcal/porción}$ contenido en ácidos grasos saturados $\leq 5\text{ g/100g}$ o 100 ml contenido en azúcares $\leq 20\text{ g/100g}$ o 100 ml Si la opción seleccionada es EN PROCESO Indicar en la Columna COMENTARIOS en qué % de productos y/o que criterios se cumplen Si la opción seleccionada es NO Indicar en la columna COMENTARIOS el motivo En helados para adultos el contenido en azúcares es $\leq 300\text{ Kcal/porción}$ Si la opción seleccionada es EN PROCESO Indicar en la Columna COMENTARIOS el % de productos se cumple el compromiso Si la opción seleccionada es NO Indicar en la columna COMENTARIOS el motivo En helados para adultos reducción de las porciones de consumo Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO Indicar en la Columna COMENTARIOS en qué consiste la reducción. Si la opción es EN PROCESO Indicar el % de productos se cumple el compromiso (datos desde 2016) Si la opción seleccionada es NO Indicar en la columna COMENTARIOS el motivo Seguir trabajando en la disminución de las porciones, formatos mini, a formatos adaptados a intolerancias alimentarias (sin lactosa, sin gluten, bajos en grasa, sin azúcares añadidos), formatos orientados al público infantil con un perfil nutricional ajustado a sus necesidades, formatos individuales o para compartir, etc. Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO Indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (datos desde 2016)	
CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS DE HELADOS	Cumplimiento de los compromisos ¿Se ha cumplido el compromiso? SI NO EN PROCESO NO APLICABLE
CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS DE HELADOS	Cumplimiento de los compromisos ¿Se ha cumplido el compromiso? SI NO EN PROCESO NO APLICABLE

FORMULARIO CUESTIONARIO CUALITATIVO DE FABRICACIÓN AFAP	
EMPRESA Nombre de la empresa Seleccione la empresa. Si ha creado una nueva, seleccione o no figure en el listado Seleccione OTRA y complete la columna COMENTARIO	Apertivos Iteama S.S.L. Apertivos de los Hornos, S.A. Cyl Hornos, S.L. Frit Baurth, S.L. Gardenia S.A. Luvex, S.A. Miguel Ángel, S.L. Reto de Fritos, A.L.E. Reto de Fritos, S.L. Tostados y Fritos, S.A. (TOSTRIT) OTRA
CONFORMIDAD VERACIDAD DE LOS DATOS ¿Confirma que los datos indicados en el cuestionario se ajustan a la realidad?	SI NO
CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS GENERALES Deben mantenerse los límites bajos o la ausencia de ácidos grasos trans. Las reducciones y medidas acordadas deben ser alcanzables en los años y en los productos pactados. Las empresas y sectores que se comprometan deben hacerlo con dichos objetivos Si se hacen reducciones adicionales en los mismos productos y/o en otros, que aportarían también beneficios en salud, estarán enmarcadas en límites tecnológicos, de seguridad alimentaria, de aceptación y de legislación. En el caso de lanzamiento de nuevos productos de las subcategorías adheridas al Plan, estos deberían estar alineados con las reducciones de los contenidos de sal, grasas y azúcares.	Cumplimiento de los compromisos ¿se ha cumplido el compromiso? SI NO NO RESPUESTA NO APLICA
CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS DE APERTIVOS SALADOS Mejora continua del perfil lipídico de los productos de aperitivo Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO Indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016) Si la opción seleccionada es NO Indicar en la columna COMENTARIOS el motivo	Cumplimiento de los compromisos ¿se ha cumplido el compromiso? SI NO EN PROCESO
Con el fin de evaluar adecuadamente el compromiso cuantitativo de reducción del contenido en grasa saturada de las subcategorías patatas fritas, palomitas de microondas y productos de aperitivo fritos se solicita completar las siguientes cuestiones. Si la empresa no ha incluido ningún producto de estas subcategorías en el Excel de medidas cuantitativas seleccionar NO APLICA	Reducción grasa saturada Seleccione la opción más adecuada SI NO NO APLICA
¿Desde 2016 ha reducido el contenido en grasa saturada en todos los productos de la subcategoría palomitas para microondas ? Si la respuesta es NO, indicar en cuáles no ó si el motivo es que se había reducido previamente	
¿Desde 2016 ha reducido el contenido en grasa saturada en todos los productos de la subcategoría patatas fritas ? Si la respuesta es NO, indicar en cuáles no ó si el motivo es que se ha reducido previamente	
¿Desde 2016 ha reducido el contenido en grasa saturada en todos los productos de la subcategoría productos de aperitivo fritos? Si la respuesta es NO, indicar en cuáles no ó si el motivo es que se ha reducido previamente	

CUESTIONARIO AGRUCON	
EMPRESA	Nombre de la empresa Seleccionar la empresa. Si ha cambiado el nombre o no figura en el listado seleccionar OTRA y completar la columna COMENTARIO Alimentos Segunda Transformación de Extremadura, S.A. Conservas el Cidacos, S.A. Industrias Alimentarias de Navarra, S.A.U. (IANI) Industrias y Promociones Alimentarias, S.A.U. (INPRALSA) Nestlé España, S.A. Tomcoex, S.A. OTRA
CONFORMIDAD VERACIDAD DE LOS DATOS	Conformidad de los datos ¿Confirma que los datos incluidos en el cuestionario se ajustan a la realidad? SI NO
CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS GENERALES	
Deben mantenerse los límites bajos o la ausencia de ácidos grasos trans.	
Las reducciones y medidas acordadas deben ser alcanzables en los años y en los productos pactados. Las empresas y sectores que se comprometan deben hacerlo con dichos objetivos	
Si se hacen reducciones adicionales en los mismos productos y/o en otros, que aportarían también beneficios en salud, estarán enmarcadas en límites tecnológicos, de seguridad alimentaria, de aceptación y de legislación.	
En el caso de lanzamiento de nuevos productos de las subcategorías adheridas al Plan, estos deberían estar alineados con las reducciones de los contenidos de sal, grasas y azúcares.	

CUESTIONARIO ANFABRA	
EMPRESA	Nombre de la empresa Seleccionar la empresa. Si ha cambiado el nombre o no figure en el listado seleccionar OTRA y completar la columna COMENTARIO Coca-Cola Iberia Compañía de Bebidas Pepsico, S.L. Piver Distillery, S.A. Industria Pepsico, S.A. OTRA
CONFORMIDAD VERACIDAD DE LOS DATOS	Conformidad de los datos ¿Confirma que los datos incluidos en el cuestionario se ajustan a la realidad? SI NO
CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS GENERALES	
Deben mantenerse los límites bajos o la ausencia de ácidos grasos trans.	
Las reducciones y medidas acordadas deben ser alcanzables en los años y en los productos pactados. Las empresas y sectores que se comprometan deben hacerlo con dichos objetivos	
Si se hacen reducciones adicionales en los mismos productos y/o en otros, que aportarían también beneficios en salud, estarán enmarcadas en límites tecnológicos, de seguridad alimentaria, de aceptación y de legislación.	
En el caso de lanzamiento de nuevos productos de las subcategorías adheridas al Plan, estos deberían estar alineados con las reducciones de los contenidos de sal, grasas y azúcares.	

CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS DE BEBIDAS REFRESCANTES	
En productos de naranja y bebidas refrescantes de limón se ha reducido el contenido mediano en azúcares entre un 8% y un 16%. <i>Si la empresa no tiene estos productos seleccionar NO APLICA y añadir un comentario.</i> <i>Si se selecciona NO o EN PROCESO indicar en la columna COMENTARIOS el % de productos que cumplen con el compromiso</i>	Cumplimiento del compromiso ¿Se ha cumplido el compromiso? seleccionar la opción adecuada SI NO EN PROCESO NO APLICA
En productos de tónica se ha reducido el contenido mediano en azúcares un 5.3%. <i>Si la empresa no tiene estos productos seleccionar NO APLICA y añadir un comentario.</i> <i>Si se selecciona NO o EN PROCESO indicar en la columna COMENTARIOS el % de productos que cumplen con el compromiso</i>	Cumplimiento del compromiso ¿Se ha cumplido el compromiso? seleccionar la opción adecuada SI NO EN PROCESO NO APLICA
En productos de bebidas isotónicas se ha reducido el contenido mediano en azúcares un 21%. <i>Si la empresa no tiene estos productos seleccionar NO APLICA y añadir un comentario.</i> <i>Si se selecciona NO o EN PROCESO indicar en la columna COMENTARIOS el % de productos que cumplen con el compromiso</i>	Cumplimiento del compromiso ¿Se ha cumplido el compromiso? seleccionar la opción adecuada SI NO EN PROCESO NO APLICA
En Bebidas refrescantes (tipo cola, naranja, limón, té e isotónicas) el contenido mediano en azúcar total (azúcares totales/volumen total) es 6.03 g/100 ml <i>Si se selecciona NO o EN PROCESO indicar en la columna COMENTARIOS el contenido mediano en azúcar total en g/100ml</i>	Cumplimiento del compromiso ¿Se ha cumplido el compromiso? seleccionar la opción adecuada SI NO EN PROCESO NO APLICA
No realizar publicidad y promoción de bebidas refrescantes dirigida específicamente a menores de hasta 12 años en medios audiovisuales, impresos e internet (a excepción de la que contenga el etiquetado y embalaje de estos productos, que se regirá por la legislación que le resulte de aplicación). <i>Si se selecciona NO o EN PROCESO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo</i>	Cumplimiento del compromiso ¿Se ha cumplido el compromiso? seleccionar la opción adecuada SI NO EN PROCESO NO APLICA
En eventos deportivos dirigidos a menores de 12 años no se realizará entrega de producto ni patrocinio <i>Si se selecciona NO o EN PROCESO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo</i>	Cumplimiento del compromiso ¿Se ha cumplido el compromiso? seleccionar la opción adecuada SI NO EN PROCESO NO APLICA
En eventos deportivos patrocinados o apoyados por producto de las empresas mencionadas dirigidas a adultos y con presencia de menores de 12 años, solo se realizará entrega de producto a menores en presencia de la persona responsable del niño (padre, profesor o tutor). <i>Si se selecciona NO o EN PROCESO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo</i>	Cumplimiento del compromiso ¿Se ha cumplido el compromiso? seleccionar la opción adecuada SI NO EN PROCESO NO APLICA
Se mantendrá y reforzará el compromiso del sector en cuanto a que los centros en los que se imparte educación primaria y secundaria serán espacios protegidos de cualquier comunicación de marketing. Por lo tanto, en los centros de educación secundaria, si hay máquinas de distribución automática de las empresas de ANFABRA, no llevarán marca. <i>Si se selecciona NO o EN PROCESO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo</i>	Cumplimiento del compromiso ¿Se ha cumplido el compromiso? seleccionar la opción adecuada SI NO EN PROCESO NO APLICA
Se mantendrá y reforzará el compromiso del sector en cuanto a que en los centros de educación primaria no se realizará actividad comercial directa (venta) de bebidas sin/bajas en calorías <i>Si se selecciona NO o EN PROCESO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo</i>	Cumplimiento del compromiso ¿Se ha cumplido el compromiso? seleccionar la opción adecuada SI NO EN PROCESO NO APLICA
En máquinas expendedoras no operadas directamente por asociados de ANFABRA: se fomentará y promoverá un nuevo orden de distribución de las bebidas en máquinas expendedoras automáticas, de manera que en las filas superiores se localicen las bebidas sin o bajas en calorías, y bebidas con mayor contenido calórico en las posiciones inferiores. El porcentaje de las bebidas sin o bajas en calorías nunca será inferior al 51%. <i>Si se selecciona NO o EN PROCESO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo</i>	Cumplimiento del compromiso ¿Se ha cumplido el compromiso? seleccionar la opción adecuada SI NO EN PROCESO NO APLICA
En máquinas expendedoras no operadas directamente por asociados de ANFABRA: se elaborará una guía para operadores que detalle el compromiso e impulse su aplicación. <i>Si se selecciona NO o EN PROCESO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo</i>	Cumplimiento del compromiso ¿Se ha cumplido el compromiso? seleccionar la opción adecuada SI NO EN PROCESO NO APLICA
En las salas de cine, promover entre las partes interesadas lo siguiente: Fomentar la variedad en la oferta de bebidas disponibles, dando preferencia a las bebidas sin y bajas en calorías, frente a las que tienen mayor contenido calórico. <i>Si se selecciona NO o EN PROCESO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo</i>	Cumplimiento del compromiso ¿Se ha cumplido el compromiso? seleccionar la opción adecuada SI NO EN PROCESO NO APLICA
En las salas de cine, promover entre las partes interesadas lo siguiente: Compromiso con la formación del personal encargado de la cantina, con el objetivo de promocionar las bebidas sin y bajas en calorías, frente a las que tienen mayor contenido calórico <i>Si se selecciona NO o EN PROCESO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo</i>	Cumplimiento del compromiso ¿Se ha cumplido el compromiso? seleccionar la opción adecuada SI NO EN PROCESO NO APLICA
En las salas de cine, promover entre las partes interesadas lo siguiente: Disponibilidad de la información nutricional de la bebida dispensada en el establecimiento de forma visible para el consumidor <i>Si se selecciona NO o EN PROCESO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo</i>	Cumplimiento del compromiso ¿Se ha cumplido el compromiso? seleccionar la opción adecuada SI NO EN PROCESO NO APLICA
Con el fin de evaluar adecuadamente el compromiso cuantitativo de reducción del contenido en azúcares de bebidas refrescantes lima-limón completar las siguientes cuestiones. Si la empresa no ha incluido ningún producto en el Excel de medidas cuantitativas seleccionar NO APLICA	Presencia edulcorantes en 2016 seleccionar la opción más adecuada SI NO NO APLICA
¿Tenían edulcorantes los productos bebidas refrescantes lima-limón en 2016? Si la respuesta es SI indicar en comentarios el nombre del producto	Presencia edulcorantes en 2016 seleccionar la opción más adecuada SI NO NO APLICA

[illegible]

FORMULARIO COMPROMISO CUALITATIVO ASEFAPRE	
EMPRESA Nombre de la empresa Seleccionar la empresa. Si ha cambiado el nombre o no figura en el listado seleccionar OTRA y completar la columna COMENTARIO Angulus Aguinaga S.A.U. Autismos Cádiz, S.A. Cheloni Cádiz, S.L. Compañía S.L. Eurofruits, S.A. Frutas Aguinaga S.L.U. Frutos S.A. Griferos, S.A. (MAHESOL) Nueva Pescanova, S.L. Piños Tradicionales S.A. Productos Alimentarios, S.A. (ALFRO) Unilab Benetán, S.A. OTRA	
CONFORMIDAD VERACIDAD DE LOS DATOS ¿Confirma que los datos incluidos en el cuestionario se ajustan a la realidad? SI NO	
CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS GENERALES Deben mantenerse los límites bajos o la ausencia de ácidos grasos trans. Las reducciones y medidas acordadas deben ser alcanzables en los años y en los productos pactados. Las empresas y sectores que se comprometan deben hacerlo con dichos objetivos Si se hacen reducciones adicionales en los mismos productos y/o en otros, que aportarían también beneficios en salud, estarán enmarcadas en límites tecnológicos, de seguridad alimentaria, de aceptación y de legislación. En el caso de lanzamiento de nuevos productos de las subcategorías adheridas al Plan, estos deberían estar alineados con las reducciones de los contenidos de sal, grasas y azúcares.	Cumplimiento de los compromisos ¿se ha cumplido el compromiso? SI NO EN PROCESO NO APLICA

CUESTIONARIO ASEMAC	
EMPRESA Nombre de la empresa Si la empresa ha cambiado el nombre, seleccione OTRO y complete la columna COMENTARIOS Jabón Bata y S.L. Bata S.A.U. Bata Corporation Alimentaria S.A.U. Bata S.A.U. Dulera S.L.U. GRUPO DULCESOL. Europatty S.A. Grupo Buitón.	
CONFORMIDAD VERACIDAD DE LOS DATOS Conformidad de los datos ¿Los datos incluidos en el cuestionario se ajustan a la realidad? SI NO	
CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS GENERALES Deben mantenerse los límites bajos o la ausencia de ácidos grasos trans. Las reducciones y medidas acordadas deben ser alcanzadas en los años y en los productos pactados. Las empresas y sectores que se comprometan deben hacerlo con dichos objetivos Si se hacen reducciones adicionales en los mismos productos y/o en otros, que aportarían también beneficios en salud, estarán enmarcadas en límites tecnológicos, de seguridad alimentaria, de aceptación y de legislación.	
CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS DE BOLLERÍA Y PASTELERÍA En el caso de lanzamiento de nuevos productos de las subcategorías adheridas al Plan, estos deberían estar alineados con las reducciones de los contenidos de sal, grasas y azúcares.	
Reducir la presencia de azúcares y ácidos grasos saturados en los nuevos lanzamientos que se realicen Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016) Si la opción seleccionada es NO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo	Cumplimiento de los compromisos ¿Se ha cumplido el compromiso? SI NO EN PROCESO NO APLICA
En la medida que sea posible, se sustituirán las grasas vegetales con elevado contenido en grasas saturadas por aceites vegetales con menor contenido en estas Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016) Si la opción seleccionada es NO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo	Cumplimiento del compromiso ¿Se ha cumplido el compromiso? seleccionar la opción adecuada SI NO EN PROCESO NO APLICA
Incrementar el uso de cereales completos (integrales) tanto en los nuevos lanzamientos como en los productos ya presentes en el mercado que así lo permitan Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016) Si la opción seleccionada es NO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo	
En la medida de lo posible, reducir el tamaño de las porciones. Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016) Si la opción seleccionada es NO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo	
Ampliar la gama de productos, ofreciendo alternativas sin azúcares añadidos o en las que los azúcares se sustituyan por fibras u otros ingredientes con un menor contenido calórico. Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016) Si la opción seleccionada es NO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo	
CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS DE PAN ESPECIAL Reducir la presencia de azúcares y ácidos grasos saturados en los nuevos lanzamientos que se realicen Si la empresa no tiene productos de esta subcategoría seleccionar la opción NO APLICA Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016) Si la opción seleccionada es NO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo	
Sustituir las grasas vegetales con elevado contenido en grasas saturadas por aceites vegetales con menor contenido en estas en los productos en los que este cambio aún no se haya hecho Si la empresa no tiene productos de esta subcategoría seleccionar la opción NO APLICA Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016) Si la opción seleccionada es NO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo	Cumplimiento del compromiso ¿Se ha cumplido el compromiso? seleccionar la opción adecuada SI NO EN PROCESO NO APLICA
Incrementar el uso de cereales completos (integrales) tanto en los nuevos lanzamientos como en los productos ya presentes en el mercado que así lo permitan Si la empresa no tiene productos de esta subcategoría seleccionar la opción NO APLICA Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016) Si la opción seleccionada es NO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo	
En la medida de lo posible, reducir el tamaño de las rebanadas, reduciendo así el tamaño de las porciones Si la empresa no tiene productos de esta subcategoría seleccionar la opción NO APLICA Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016) Si la opción seleccionada es NO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo	
Ampliar la gama de productos, ofreciendo alternativas sin azúcares añadidos o en las que los azúcares se sustituyan por otros ingredientes Si la empresa no tiene productos de esta subcategoría seleccionar la opción NO APLICA Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016) Si la opción seleccionada es NO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo	

CUESTIONARIO ASOZUOS	
EMPRESA Nombre de la empresa Seleccionar la empresa. Si ha cambiado el nombre o no figura en el listado seleccionar OTRA y completar la columna COMENTARIO AMIC Juices S.L. Coca Cola European Partners Iberia, S.L.U. Edes Granini Iberica S.A.U. E.I. Archipiélago, S.A. (LIBBY'S) Industria e Comercialización de Bebidas (Sumol+Com) J. García Carrión S.A. (Don Simón). Jover Alimentación S.L.U. Refresco Iberia S.A.U.	
CONFORMIDAD VERACIDAD DE LOS DATOS Conformidad de los datos ¿Confirma que los datos incluidos en el cuestionario se ajustan a la realidad? SI NO	
CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS GENERALES Deben mantenerse los límites bajos o la ausencia de ácidos grasos trans. Las reducciones y medidas acordadas deben ser alcanzables en los años y en los productos pactados. Las empresas y sectores que se comprometan deben hacerlo con dichos objetivos Si se hacen reducciones adicionales en los mismos productos y/o en otros, que aportarían también beneficios en salud, estarán enmarcadas en límites tecnológicos, de seguridad alimentaria, de aceptación y de legislación. En el caso de lanzamiento de nuevos productos de las subcategorías adheridas al Plan, estos deberían estar alineados con las reducciones de los contenidos de sal, grasas y azúcares.	Cumplimiento de los compromisos ¿se ha cumplido el compromiso? SI NO EN PROCESO NO APLICA
CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS DE NÉCTARES Incremento del porcentaje de contenido en zumo en los néctares o sus mezclas con otros zumos menos ácidos o más densos para compensar <i>(Datos desde 2016)</i> Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO Indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en que consiste la mejora Si la opción seleccionada es NO Indicar en la columna COMENTARIOS el motivo Sustitución de azúcares por edulcorantes Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO Indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en que consiste la mejora <i>(Datos desde 2016)</i> Si la opción seleccionada es NO Indicar en la columna COMENTARIOS el motivo Disminución del tamaño de las porciones en envases inferiores a 1l especialmente en hostelería y el canal impulso Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO Indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en que consiste la mejora <i>(Datos desde 2016)</i> Si la opción seleccionada es NO Indicar en la columna COMENTARIOS el motivo	Cumplimiento de los compromisos seleccionar la opción más adecuada con relación al cumplimiento del compromiso SI NO EN PROCESO
Con el fin de evaluar adecuadamente el compromiso cuantitativo de reducción del contenido en azúcares de néctares completar las siguientes cuestiones. Si la empresa no ha incluido ningún producto en el Excel de medidas cuantitativas seleccionar NO APLICA ¿Tenían edulcorantes los productos néctares de melocotón en 2016? Si la respuesta es SI Indicar en comentarios el nombre del producto ¿Tenían edulcorantes los productos néctares de piña en 2016? Si la respuesta es SI Indicar en comentarios el nombre del producto ¿Tenían edulcorantes los productos néctares de naranja en 2016? Si la respuesta es SI Indicar en comentarios el nombre del producto	Presencia edulcorantes en 2016 seleccionar la opción más adecuada SI NO NO APLICA

CUESTIONARIO CULINARIOS	
EMPRESA	Seleccionar la empresa del lista si la empresa no figura en el listado seleccionar la opción OTRA y completar la columna COMENTARIOS. Si hay algún cambio, por ejemplo de nombre, completar la columna COMENTARIOS GB Foods S.A. (The GB Foods) Bolton Cile España S.A. Chovi S.L. Grupo Ybarra Alimentación, S.L. Unilever España, S.A. IAN, S.A.U., (Industrias Alimentarias de Navarra, S.A.U.) GB Foods S.A. (Gallina Blanca-Impralsa) OTRA
CONFORMIDAD VERACIDAD DE LOS DATOS	Conformidad de los datos ¿Confirma que los datos incluidos en el cuestionario se ajustan a la realidad? SI NO
CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS GENERALES	Cumplimiento de los compromisos seleccionar la opción mas adecuada con relacion al cumplimiento del compromiso SI NO EN PROCESO NO APLICA

Deben mantenerse los límites bajos o la ausencia de ácidos grasos trans.
Las reducciones y medidas acordadas deben ser alcanzables en los años y en los productos pactados. Las emp sectores que se comprometan deben hacerlo con dichos objetivos
Si se hacen reducciones adicionales en los mismos productos y/o en otros, que aportarían también beneficios estarán enmarcadas en límites tecnológicos, de seguridad alimentaria, de aceptación y de legislación.
En el caso de lanzamiento de nuevos productos de las subcategorías adheridas al Plan, estos deberían estar alineados con las reducciones de los contenidos de sal, grasas y azúcares.

CUESTIONARIO FECIC	
EMPRESA Nombre de la empresa Seleccionar la empresa. Si ha cambiado el nombre o no figura en el listado seleccionar OTRA y completar la columna COMENTARIO Argal Alimentación, S.A. Boadas 1880, S.A. Cárquies Valldan, S.A. Capdevila Germans, S.A. Casa Boix, S.L. Casa Riera Ordeix, S.A. Casa Tarradellas, S.A. Casademont 1996 MEAT, S.L. Catalana de Embutidos, S.A. Consalser, S.A. Corporación Alimentaria Guisóna, S.A. Embutidos BLHER, S.A. Embutits Gros, S.A. Embutits Espina, S.A.U. Embutits la Gleva, S.L. Embutits Lapiedra, S.L. Embutits Mondell, S.A. Embutits Salgot, S.A. Embutidos Caula, S.L. Embutidos Monter, S.L.U. Embutidos Solà, S.A. Embutidos Subirats, S.A. Especialitats Pirineus, S.A.U. Estebar Epiuña, S.A. Extrapermil del Montseny, S.L. Font-Cana, S.A. Fribin, SAT 1269 RL Internacional de Embutidos, S.A.U. Jaume Abras, S.A. Joanquim Albertí, S.A. La Charcuteria Alemana, S.L. Lasus Baras, S.A. Margarita March Bosch, S.A. Mont, S.A. Nort, S.A. Productos Alimentaria, S.A.U. Productos GENII 1966, S.L. Sant Dalmat, S.A.U. Splendid Foods, S.A.U. Sucesores de J. Pont, S.A. Unió Integral Alimentària, S.A. OTRA	

¿Confirma que los datos incluidos en el cuestionario se ajustan a la realidad?

SI
NO

CUESTIONARIO FENIL	
EMPRESA Nombre de la empresa Seleccionar la empresa. Si ha cambiado el nombre o no figura en el listado seleccionar OTRA y completar la columna COMENTARIO AGAMA MANICOR 249 S.L. AGRUPACIÓN DE COOPERATIVAS LÁCTEAS S.L. ANDROS LA SERNA S.L. CAJADIA PASCUAL S.A.U. CORPORACIÓN ALIMENTARIA PEÑASANTA, S.A. (CAP) DANONE S.A. EL PASTORET DE LA SEGARRA, S.A. FEIRACO LÁCTEOS S.L. GRUPO LECHE RIO, S.A. IDILIA FOODS, S.L. IPARLAT, S.A. LABO FORMACIÓN ALIMENTARIA, S.L. LACTALIS ALIMENTACIÓN S.L. LACTALIS NESTLE PRODUCTOS REFRIGERADOS IBERI LACTALIS PULEVA, S.L.U. LÁCTEAS DEL JARAMA, S.A. LÁCTEOS DEL VALLES, S.A. LÁCTEAS FLOR DE BURGOS, S.L.U. LECHE GAZA, S.L. MONTERO ALIMENTACIÓN, S.L. POSTRES Y DULCES REINA, S.L. SCHREIBER FOODS ESPAÑA, S.L. SOCIEDAD COOPERATIVA ANDALUZA GANADERA DE OTSA	Conformidad de los datos ¿Confirma que los datos incluidos en el cuestionario se ajustan a la realidad? SI NO
CONFORMIDAD VERACIDAD DE LOS DATOS	Conformidad de los datos ¿Confirma que los datos incluidos en el cuestionario se ajustan a la realidad? SI NO
CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS GENERALES Deben mantenerse los límites bajos o la ausencia de ácidos grasos trans. Las reducciones y medidas acordadas deben ser alcanzables en los años y en los productos pactados. Las empresas y sectores que se comprometan deben hacerlo con dichos objetivos Si se hacen reducciones adicionales en los mismos productos y/o en otros, que aportarían también beneficios en salud, estarán enmarcadas en límites tecnológicos, de seguridad alimentaria, de aceptación y de legislación. En el caso de lanzamiento de nuevos productos de las subcategorías adheridas al Plan, estos deberían estar alineados con las reducciones de los contenidos de sal, grasas y azúcares.	Cumplimiento de los compromisos Seleccionar la opción más adecuada con relación al cumplimiento del compromiso SI NO EN PROCESO NO APLICA
CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS PRODUCTOS LÁCTEOS Impulsar la posible adhesión de otros fabricantes e impactar sobre marcas importadas Si la opción seleccionada es NO incluir en la columna COMENTARIOS el motivo Si la opción seleccionada es SI o en PROCESO incluir en la columna COMENTARIOS a que productos aplica y en que consiste la medida	Cumplimiento de los compromisos Seleccionar la opción más adecuada con relación al cumplimiento del compromiso SI NO EN PROCESO
Trabajar en el tamaño de las porciones en aquellos segmentos de consumo ocasional Si la opción seleccionada es NO incluir en la columna COMENTARIOS el motivo Si la opción seleccionada es SI o en PROCESO incluir en la columna COMENTARIOS a que productos aplica y en que consiste la medida	Cumplimiento de los compromisos Seleccionar la opción más adecuada con relación al cumplimiento del compromiso SI NO EN PROCESO

CUESTIONARIO GRUPO SMO	
EMPRESA	Nombre de la empresa Seleccionar la empresa. Si ha creado una nueva, no debe figurar en el listado. seleccionar OTRA y completar la columna COMENTARIOS SELECCIONAR OTRA
CONFORMIDAD VERACIDAD DE LOS DATOS	Conformidad de los datos ¿Los datos incluidos en el cuestionario se ajustan a la realidad? SI NO
CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS GENERALES	¿Se ha cumplido el compromiso? SI NO EN PROCESO NO APLICABLE
Debemos mantener los límites de la ausencia de ácidos grasos trans. Las reducciones y medidas acordadas deben ser alcanzadas en los años y en los productos pactados. Las empresas y sectores que se comprometen deben hacerlo con dichos objetivos Si se hacen reducciones adicionales en los mismos productos y/o en otros, que aportarían también beneficios en salud, estarán enmarcadas en límites tecnológicos, de seguridad alimentaria, de aceptación y de legislación. En el caso de lanzamiento de nuevos productos de las subcategorías adheridas al Plan, estos deberán estar alineados con las reducciones de los contenidos de sal, grasas y azúcares.	Conformidad de los datos ¿La opción seleccionada es la opción más adecuada con relación al cumplimiento del compromiso? SI NO EN PROCESO NO APLICABLE
CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS DE DOLERÍA Y PASTELERÍA	Reducir la presencia de azúcares y ácidos grasos saturados en los nuevos lanzamientos que se realicen Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016) Si la opción seleccionada es NO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo En la medida que sea posible, se sustituirán las grasas vegetales con elevado contenido en grasas saturadas por aceites vegetales con menor contenido en estas Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016) Si la opción seleccionada es NO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo Incrementar el uso de cereales completos (integrales) tanto en los nuevos lanzamientos como en los productos ya presentes en el mercado que así lo permitan Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016) Si la opción seleccionada es NO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo En la medida de lo posible, reducir el tamaño de las porciones Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016) Si la opción seleccionada es NO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo Ampliar la gama de productos ofreciendo alternativas sin azúcares añadidos o en contenido calórico Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016) Si la opción seleccionada es NO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo
CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS DE PAN ESPECIAL	Reducir la presencia de azúcares y ácidos grasos saturados en los nuevos lanzamientos que se realicen Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016) Si la opción seleccionada es NO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo Sustituir las grasas vegetales con elevado contenido en grasas saturadas por aceites vegetales con menor contenido en estas en los productos en los que este cambio aún no se haya hecho Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016) Si la opción seleccionada es NO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo Incrementar el uso de cereales completos (integrales) tanto en los nuevos lanzamientos como en los productos ya presentes en el mercado que así lo permitan Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016) Si la opción seleccionada es NO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo En la medida de lo posible, reducir el tamaño de las rebanadas, reduciendo así el tamaño de las porciones Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016) Si la opción seleccionada es NO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo Ampliar la gama de productos ofreciendo alternativas de azúcares añadidos o en las que los azúcares se sustituyan por otros ingredientes Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016) Si la opción seleccionada es NO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo
CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS DE GALLETERAS	Reducir la presencia de azúcares y ácidos grasos saturados en los nuevos lanzamientos que se realicen Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016) Si la opción seleccionada es NO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo Incrementar el uso de cereales completos (integrales) tanto en los nuevos lanzamientos como en los productos ya presentes en el mercado que lo permitan Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016) Si la opción seleccionada es NO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo Reducción del tamaño de las porciones e incrementar el uso de envases fáciles de controlar Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016) Si la opción seleccionada es NO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo Ampliar la gama de productos ofreciendo alternativas sin azúcares añadidos o en las que los azúcares se sustituyan por fibra u otros ingredientes con un menor contenido calórico Si la opción seleccionada es SI o EN PROCESO indicar en la Columna COMENTARIOS en qué tipo de productos y en qué consiste la mejora (Datos desde 2016) Si la opción seleccionada es NO indicar en la columna COMENTARIOS el motivo

[illegible]

ANEXO 5. LISTADO DE EMPRESAS QUE ENVIARON CUESTIONARIOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS

FABRICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN	
ASOCIACIÓN	EMPRESA
ACES/ANGED	Auchan Retail España, S.L. / Alcampo, S.A.U.
ACES/ANGED	Centros Comerciales Carrefour, S.A.
ACES/ANGED	El Corte Inglés, S.A./Supercor, S.A.
ACES/ANGED	Eroski s. Coop.
AEFC	Kellogg España, S.L.
AEFC	Nestlé España, S.A.
AEFC	Weetabix Ibérica, S.L.
AEFC	Grupo SIRO
AEFH	Lacrem, S.A.
AEFH	Jijonca
AEFH	Unilever España, S.A.
AGRUCON	Alimentos segunda Transformación de Extremadura, S.A. (ASTEXSA)
AGRUCON	Conservas el Cidacos, S.A.
AGRUCON	Industrias Alimentarias de Navarra, S.A.U. (IAN)
AGRUCON	Nestlé España, S.A.
AGRUCON	Tomcoex, S.A.
ANFABRA	Compañía de Bebidas Pepsico, S.L.
ANFABRA	Rives Distillery, S.A.
ANICE	Alejandro Miguel, S.L.
ANICE	Aves Nobles y Derivados, S.L.
ANICE	B.P. La Carmina, S.L.
ANICE	Caleya y Santiago, S.L.
ANICE	Campofrío Food Group, S.A.U
ANICE	Carnavi, S.L.
ANICE	Cárnicas 7 Hermanos, S.A.
ANICE	Cárnicas Galar, S.L.
ANICE	Cárnicas Gállego, S.A.
ANICE	Cárnicas Serrano
ANICE	Casa Tarradellas, S.A.
ANICE	Cecinas Pablo, S.A.
ANICE	Control de Porciones, S.A. (COPOSA)
ANICE	Elpozo Alimentación, S.A.
ANICE	El Conchel Original Food S.A.
ANICE	Embutidos Aguilera, S.A.
ANICE	Embutidos Carchelejo, S.L.U
ANICE	Embutidos Domingo Ortiz Moreno, S.L.
ANICE	Embutidos Estévez, S.A.
ANICE	Embutidos F. Martínez R., S.A.
ANICE	Embutidos Goikoa, S.A.U
ANICE	Embutidos la Cope, S.A.
ANICE	Embutidos la Nuncia, S.L.

FABRICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN (CONTINUACIÓN)

ASOCIACIÓN	EMPRESA
ANICE	Embutidos del Centro, S.A.
ANICE	Embutidos Laseca, S.L.
ANICE	Embutidos Manjón, S.L.
ANICE	Embutidos Moreno Plaza, S.A.
ANICE	Embutidos y Jamones España e Hijos, S.A.
ANICE	Explotaciones Ganaderas de Tenerife S.A. (EGATESA).
ANICE	Fábrica, Matadero y Despiece, S.A. (FAMADESA).
ANICE	Frigoríficos Andaluces de Conservas de Carne, S.A. (FACCSA).
ANICE	Frigoríficos Industriales del Bierzo, S.A.
ANICE	Frimancha Industrias Cárnicas, S.A.
ANICE	García Nuño el Chico, S.L.
ANICE	Hermanos Bernal Hernández, S.L. (Embutidos Bernal, S.L.).
ANICE	Hermanos Morán, S.L.
ANICE	Hijo de José Martínez Somalo, S.L.
ANICE	Industrias Cárnicas Lorient Piqueras, S.A. (INCARLOPSA).
ANICE	Industrias Cárnicas Roal, S.L.
ANICE	Industrias Cárnicas Santa Marina, S.L.
ANICE	Industrias Cárnicas Tello, S.A.
ANICE	Industrias Cárnicas Villar, S.A.
ANICE	Industrias Frigoríficas del Louro, S.A.
ANICE	La Alegría Riojana, S.A.
ANICE	La Venta Tabanera, S.L.
ANICE	MRM2.
ANICE	Mariano Pascual, S.A.
ANICE	Mataderos Industriales Soler, S.A. (MISSA).
ANICE	Montealbor Alimentación, S.A.U.
ANICE	Montesano Canarias, S.A.
ANICE	Novafrigsa, S.A.U.
ANICE	Productos Cárnicos Llorente, S. A.
ANICE	Ramaders Agrupats SAT 4054.
ANICE	Torre de Núñez de Conturiz S.L.U.
ANICE	Embutidos Frial, S.A.
ASEDAS	Ahorramas, S.A.
ASEDAS	Alimerka, S.A.
ASEDAS	Consum, S.Coop.V.
ASEDAS	Distribuciones Froiz, S.A.U.
ASEDAS	Distribuidora Internacional de Alimentación (Grupo DIA).
ASEDAS	Euromadi Ibérica, S.A.
ASEDAS	IFA Retail, S.A.
ASEDAS	Lidl Supermercados, S.A.U.
ASEDAS	Mercadona, S.A.
ASEDAS	Spar Española, S.L.
ASEFAPRE	Angulas Aguinaga S.A.U.
ASEFAPRE	Audens Food, S.A.
ASEFAPRE	Congalsa, S.L.

FABRICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN (CONTINUACIÓN)

ASOCIACIÓN	EMPRESA
ASEFAPRE	Cárnicas Ortola, S.L.
ASEFAPRE	Eurofrits, S.A.
ASEFAPRE	FRIPOZO S.A.
ASEFAPRE	Findus España S.L.U.
ASEFAPRE	Gedesco, S.A. (MAHESO).
ASEFAPRE	Nueva Pescanova, S.L.
ASEFAPRE	Productos Congelados, S.A. (ALFRIO).
ASEFAPRE	Urkabe Benetan, S.A.
ASEFAPRE	Platos Tradicionales, S.A.
ASEMAC	Atrian Bakers
ASEMAC	Europastry S.A.
ASEMAC	Grupo Panstar.
ASEMAC	Monbake Grupo Empresarial (antes empresas Berlys y Bellsolá)
ASEMAC	Pastisart S.A.
ASEMAC	Vandemoortele Ibérica S.A.
ASEMAC	Baker & Baker (antes CSM Iberia S.A.)
ASEMAC	Dulcesa S.L.U. (GRUPO DULCESOL) (antes Vicky Foods Products S.L.U.)
ASOZUMOS	Eckes Granini Ibérica S.A.U.
ASOZUMOS	AMC Juices S.L.
ASOZUMOS	Juvel alimentación S.L.U.
ASOZUMOS	J. García Carrión S.A. (Don Simón)
ASOZUMOS	E.I. Archipiélago, S.A. (LIBBY'S).
ASOZUMOS	Refresco Iberia S.A.U.
CULINARIOS	Unilever España, S.A.
CULINARIOS	Bolton Chile España S.A.
CULINARIOS	Chovi S.L.
CULINARIOS	Grupo Ybarra Alimentación S.L.
CULINARIOS	GB Foods S.A. (The GB Foods)
CULINARIOS	IAN, S.A.U. (Industrias Alimentarias de Navarra, S.A.U.)
FECIC	Argal Alimentación, S.A.
FECIC	Boadas 1880, S.A.
FECIC	Cárniques Valldan, S.A.
FECIC	Capdevila Germans, S.A.
FECIC	Casa Boix, S.L.
FECIC	Casa Riera Ordeix, S.A.
FECIC	Casa Tarradellas, S.A.
FECIC	Casademont 1956 MEAT, S.L.
FECIC	Catalana de Embutidos, S.A.
FECIC	Comsaler, S.A.
FECIC	Corporación Alimentaria Guissona, S.A.
FECIC	Embotits Lapedra, S.L.
FECIC	Embotits Monells, S.A.
FECIC	Embotits Salgot, S.A.
FECIC	Embutidos Caula, S.L. (actualmente Caula Aliments, S.L.)
FECIC	Embutidos Monter, S.L.U.

FABRICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN (CONTINUACIÓN)

ASOCIACIÓN	EMPRESA
FECIC	Embutidos Solà, S.A.
FECIC	Embutidos Subirats, S.A.
FECIC	Especialitats Pirineus, S.A.U.
FECIC	Esteban Espuña, S.A.
FECIC	Extrapernil del Montseny, S.L.
FECIC	Internacional de Embutidos, S.A.U.
FECIC	Jaume Abras, S.A.
FECIC	Joaquim Albertí, S.A.
FECIC	La Charcutería Alemana, S.L.
FECIC	Lasus Marsa, S.A.
FECIC	Margarita March Bosch, S.A.
FECIC	Noel Alimentaria, S.A.U.
FECIC	Productos GEMI 1966, S.L.
FECIC	Sant Dalmai, S.A.U.
FECIC	Splendid Foods, S.A.U.
FECIC	Sucesores de J. Pont, S.A.
FECIC	Unió Integral Alimentària, S.A.
FECIC	Fribin, SAT 1269 RL
FENIL	AGAMA Manacor 249 S.L.
FENIL	Agrupación de Cooperativas Lácteas SL.
FENIL	Andros la Serna, S.L.
FENIL	Calidad Pascual, S.A.U.
FENIL	Corporación Alimentaria Peñasanta, S.A. (CAPSA).
FENIL	Danone, S.A.
FENIL	El Pastoret de la Segarra, S.A.
FENIL	Feiraco Lácteos, S.L.
FENIL	Idilia Foods, S.L. (joint venture con Calidad Pascual)
FENIL	Kaiku Corporación Alimentaria, S.L.
FENIL	La Fageda Fundació
FENIL	Lactalis Nestlé Productos Refrigerados Iberia, S.A.U.
FENIL	Lactalis Puleva, S.L.U.
FENIL	Lácteos del Jarama, S.A.
FENIL	Lácteos Flor de Burgos, S.L.U.
FENIL	Leche Gaza, S.L.
FENIL	Montero Alimentación, S.L.
FENIL	Postres y Dulces Reina, S.L.
FENIL	Sociedad Cooperativa Andaluza Ganadera del Valle de los Pedroches (COVAP).
FENIL	Schreiber Foods España, S.L.
FENIL	IPARLAT, S.A.
PRODULCE	Arluy, S.L.U.
PRODULCE	Grupo Adam Foods
PRODULCE	Galletas Coral, S.A.
PRODULCE	Galetes Camprodon, S.A.
PRODULCE	Galletas Gullón, S.A.
PRODULCE	La Flor Burgalesa, S.L.

FABRICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN (CONTINUACIÓN)

ASOCIACIÓN	EMPRESA
PRODULCE	Mondelez España Comercial, S.L.
PRODULCE	Bimbo Donuts Iberia, S.A.U.
PRODULCE	Brioche Pasquier Recondo, S.L.
PRODULCE	Grupo Adam Foods
SNACKS	Cyl Ibersnacks, S.L.
SNACKS	Grefusa, S.L.
SNACKS	Pepsico Foods, A.I.E.
SNACKS	Aperitivos y Extrusionados, S.A.
SNACKS	Tostadas y Fritos, S.A. (TOSFRIT)
SNACKS	Liven, S. A.
SNACKS	Aperitivos Medina 3, S.L.
SNACKS	Frit Ravich, S.L.
SNACKS	Risi, S.A.
-	Froneri Iberia S.L. (no pertenece a asociación)
-	Grupo SIRO (no pertenece a asociación)

Algunas empresas de los sectores de fabricación y distribución que inicialmente se comprometieron con los acuerdos del PLAN **no han participado en la evaluación final del cumplimiento de las medidas cuantitativas**, principalmente porque no disponen en el mercado de ningún producto que pertenezca a alguna de las subcategorías para las cuales hay acuerdos cuantitativos de reducción de nutrientes seleccionados.

Sin embargo, estas empresas que se listan en la tabla siguiente sí han completado los cuestionarios cualitativos y por lo tanto sus respuestas se han tenido en cuenta para la evaluación final del cumplimiento de los compromisos cualitativos.

EMPRESAS DE FABRICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN QUE SOLO HAN COMPLETADO LOS CUESTIONARIOS CUALITATIVOS

ASOCIACIÓN	EMPRESA
FENIL	LÁCTEOS DEL VALLÉS, S.A.
FENIL	GRUPO LECHE RIO, S.A.
ASEDAS	Euromadi Iberica, S.A.: Supsa Supermercats Pujol, S.L. (PLUSFRESC)
ASEDAS	Juan Fornes fornés, S.A.
ASEDAS	IFA Retail, S.A.: Condís Supermercats, S.A.
ASEDAS	IFA Retail, S.A.: Gadisa Retail
ASEDAS	IFA Retail, S.A.: Grupo Uvesco
AEFH	Helados Estiu
CULINARIOS	GB Foods S.a. (Gallina Blanca-Impralsa)
AGRUCON	Industrias y Promociones Alimentarias, S.A.U. (INPRALSA)
ANFABRA	Coca-Cola Iberia
ANFABRA	Schweppes, S.A.
ANICE	Bell España Alimentación, S.L.U.

EMPRESAS DE FABRICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN QUE SOLO HAN COMPLETADO LOS CUESTIONARIOS CUALITATIVOS (CONTINUACIÓN)

ASOCIACIÓN	EMPRESA
ANICE	Carhesan, S.A.
ANICE	Carnes y Vegetales, S.L.
ANICE	Comercial Pecuaria Segoviana, S.L.
ANICE	El Hórreo Healthy Food S.L.
ANICE	Estirpe Negra, S.A.
ANICE	Embutidos L. Rios, S.L.
ANICE	Grupo Empresarial Palacios Alimentación, S.A.U.
ANICE	Hermanos Bricio, S.A.
ANICE	Hermanos Garrido Avila, S.L.
ANICE	Hnos. Escámez Sánchez, S.L.
ANICE	Ibéricos Torreón Salamanca, S.L.
ANICE	Industria Cárnica Martín Martín, S.L.
ANICE	Industrias Cárnicas el Rasillo, S.A.
ANICE	Jamones Bermejo, S.L.
ANICE	Jamones Gonzalez, S.L.U.
ANICE	Jamones Segovia, S.A.
ANICE	Lisardo Castro Martín, S.L.
ANICE	Mafresa, El Ibérico de Confianza, S.L.
ANICE	Narciso Postigo e Hijos, S.L.
ANICE	Nico Jamones, S.L.
ANICE	Productos Carnicos Domingo, S.L.U.
ANICE	Revisan S.L.
ANICE	SDAD. Cooperativa Andaluza Ganadera del Valle de los Pedroches (COVAP).
FECIC	Embotits Cros, S.A.
FECIC	Embotits Espina, S.A.U.
FECIC	Embotits la Gleva, S.L.
FECIC	Font-Cana, S.A.

RESTAURACIÓN SOCIAL

ASOCIACIÓN	EMPRESA
FOOD SERVICE	AL Y ES Restauración Social S.L.U.
FOOD SERVICE	ALBIE SA
FOOD SERVICE	ALCESA
FOOD SERVICE	ALGADI ALIMENTACION Y DISTRIBUCION SAU (antes Gastronomía Madrileña S.A.U.)
FOOD SERVICE	Arce (Alimentación y Restauración a Centros de Enseñanza).
FOOD SERVICE	Ausolan RCN, S.L.
FOOD SERVICE	Ausolan RCS, S.L.
FOOD SERVICE	Auzo Lagun S.Coop.
FOOD SERVICE	AYRE a Colectividades, S.L.
FOOD SERVICE	Central de Catering Servicatering, S.L.
FOOD SERVICE	Cocina Central Goñi, S.L.
FOOD SERVICE	Cocina Central Magui, S.L.
FOOD SERVICE	Cocinas Centrales, SA
FOOD SERVICE	COEMCO Restauración, S.A.
FOOD SERVICE	Colectividades Coimbra, S.L.
FOOD SERVICE	Colectividades M. Maestro, S.L.
FOOD SERVICE	Colectividades Sherco, S.L.
FOOD SERVICE	Comedores Blanco, S.L.
FOOD SERVICE	Comedores Fuentes Riaño, S.L. (COFURI).
FOOD SERVICE	Cutasa, S.L.
FOOD SERVICE	Dirección y Gestión Técnica Alimentaria S.A.U. (DISTEGSA).
FOOD SERVICE	Duo Colectividades, S.L.
FOOD SERVICE	Empresa de comedores y servicios EMCOYSE, S.L
FOOD SERVICE	Enasui, S.L.
FOOD SERVICE	Eurest Catalunya, S.L
FOOD SERVICE	Eurest Colectividades, S.L.
FOOD SERVICE	Eurest Euskadi, S.L.
FOOD SERVICE	Gastronomic
FOOD SERVICE	GASTROSER S.L.
FOOD SERVICE	Hostelería y Colectividades (HOYCOSA).
FOOD SERVICE	IGMO, SL.
FOOD SERVICE	La Madrigaleña, S.A.
FOOD SERVICE	MEDITERRÁNEA
FOOD SERVICE	Parga y López, S.L.
FOOD SERVICE	Ruizolve, S.L.
FOOD SERVICE	SECOE S.L.
FOOD SERVICE	Serunion, S.A.
FOOD SERVICE	Servicios Hosteleros a Colectividades, S.L.
FOOD SERVICE	Sodexo Iberia, S.A.
FOOD SERVICE	Tamar las Arenas, S.A.
FOOD SERVICE	Unión Castellana de Alimentación UCALSA S.A.

RESTAURACIÓN MODERNA	
ASOCIACIÓN	EMPRESA
MARCAS DE RESTAURACIÓN	ALSEA
MARCAS DE RESTAURACIÓN	Areas, S.A.U.
MARCAS DE RESTAURACIÓN	Buffalo Grill.
MARCAS DE RESTAURACIÓN	Cafestore SAU.
MARCAS DE RESTAURACIÓN	Casual Beer & Food, S.L. (ahora AVANZA FOOD)
MARCAS DE RESTAURACIÓN	Comess Group de Restauración, S.L.
MARCAS DE RESTAURACIÓN	Compañía del Trópico de Café y Té, S.L.
MARCAS DE RESTAURACIÓN	Establiments Viena, S.A. Viena
MARCAS DE RESTAURACIÓN	Five Guys Spain, S.L.
MARCAS DE RESTAURACIÓN	Foodbox, S.A.
MARCAS DE RESTAURACIÓN	Gestión y Explotación de Restaurantes, S.L. (Grupo Abades).
MARCAS DE RESTAURACIÓN	Goiko Gourmet, S.L. (GOIKO).
MARCAS DE RESTAURACIÓN	KFC Restaurants Spain, S.L.
MARCAS DE RESTAURACIÓN	Muerde la Pasta, S.L.
MARCAS DE RESTAURACIÓN	Pansfood, S.A. (Eat Out).
MARCAS DE RESTAURACIÓN	Pastificio Service, S.L. (La Tagliatella).
MARCAS DE RESTAURACIÓN	Restaurantes McDonald's, S.A.
MARCAS DE RESTAURACIÓN	Rodilla Sánchez, S.L. (Grupo Rodilla).
MARCAS DE RESTAURACIÓN	Select Service Partner, SAU-SSP
MARCAS DE RESTAURACIÓN	Softy Cream franquicias S.L.U. (Smöoy).
MARCAS DE RESTAURACIÓN	Telepizza, SAU.
MARCAS DE RESTAURACIÓN	TUK TUK-Taste of Asian Kitchen S.L. (Tuk Tuk Asian Street Food).
MARCAS DE RESTAURACIÓN	Udon Franchising, S.L.
MARCAS DE RESTAURACIÓN	Viena Capellanes

DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA	
ASOCIACIÓN	EMPRESA
ANEDA	AB Servicios Selecta España, S.L.U.
ANEDA	Antonio Guillorme Ochoa (Infovending Navarra).
ANEDA	AMFM Vending SLU.
ANEDA	Arbitrade, S.A.
ANEDA	Areas Integrales de Vending, S.L.
ANEDA	Asturvending.
ANEDA	Automatic Tarraco S.A.
ANEDA	Automáticos Rogar S.L.
ANEDA	Burvending, S.L.
ANEDA	Cafemax S.L.
ANEDA	Cafés Sierra Morena Servicios Vending S.L.
ANEDA	Caserven Vending, S.L.
ANEDA	DAV S.L.
ANEDA	Decoastur S.L.
ANEDA	Distribuidores Automáticos Vaquero, S.L.
ANEDA	Diyoveng, S.L.
ANEDA	Easy Vending, S.L.
ANEDA	Emmanuel Benitez Tavernier.
ANEDA	Expendemur G, S.L.
ANEDA	Fervending.
ANEDA	FSV Archipelago S.L.
ANEDA	Galia Vending 97, S.L.
ANEDA	Gestión de Máquinas, S.A.
ANEDA	Gotxikoa Vending, S.L.
ANEDA	Grup Andreu Vending, S.L.
ANEDA	Herdicasa, S.A.
ANEDA	Homatic, S.L.U.
ANEDA	Horena Vending, S.L.
ANEDA	Hernández y Timón Vending 2006, S.L. (HT Vending 2006, S.L.).
ANEDA	IBASE Ibérica Servicios Automatizados S.L.
ANEDA	Iparvending, S.L.
ANEDA	Izaga Vending S.L.
ANEDA	Lanuza Cofee & Vending, S.L.
ANEDA	Leal Vending, S.L.
ANEDA	Ledelven, S.L.
ANEDA	Leovending, S.L.
ANEDA	Máquinas Expendedoras del Mediterráneo, S.L.
ANEDA	Red Extremeña de Vending, S.L.
ANEDA	Rona Vending, S.L.
ANEDA	Saleto Vending S.L.
ANEDA	Sanven Restauración Automática, S.L.
ANEDA	Sebeca Ciudad Real, S.L.
ANEDA	SEMACAF Máquinas de Café, S.L.
ANEDA	Sentil 2000, S.L.

DISTRIBUCIÓN AUTOMÁTICA (CONTINUACIÓN)

ASOCIACIÓN	EMPRESA
ANEDA	Serriver Vending S.L.
ANEDA	Serunión Vending, S.A.
ANEDA	Servimatic, S.A.
ANEDA	Soriavending, S.L.
ANEDA	Vendedores Automáticos S.L.
ANEDA	Vending Albacete, S.L.
ANEDA	Vending Colón, S.L.
ANEDA	Vending Hnos. Molina S.L.
ANEDA	Vending Sierra de Madrid S.L.

ANEXO 6.

CONTENIDO MEDIANO DE NUTRIENTES POR SUBCATEGORÍA												
SUBCATEGORÍA	CONTENIDO MEDIANO DE AZÚCARES TOTALES (g/100 g)			CONTENIDO MEDIANO DE SAL (g/100 g)			CONTENIDO MEDIANO DE GRASA SATURADA (g/100 g)			CONTENIDO MEDIANO DE GRASA TOTAL (g/100 g)		
	2016	2020	2021	2016	2020	2021	2016	2020	2021	2016	2020	2021
PALOMITAS DE MICROONDAS	-	-	-	-	-	-	13	11,7	8,4	-	-	-
PATATAS FRITAS	-	-	-	1,3	1,12	1	15,6	14,04	3,8	-	-	-
PRODUCTOS DE APERITIVO	-	-	-	2,02	1,92	1,5	-	-	-	-	-	-
PRODUCTOS DE APERITIVO FRITOS	-	-	-	-	-	-	13,8	12,4	3	-	-	-
BEBIDAS REFRESCANTES DE LIMA-LIMÓN SIN EDULCORANTES	10,05	9,1	7,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
BOLLO CON PEPITAS DE CHOCOLATE	-	-	-	-	-	-	6,6	6,3	3,6	-	-	-
BOLLO RELLENO SIN COBERTURA	23,5	22,3	21	-	-	-	-	-	-	-	-	-
BOLLO SIN RELLENO	17	16,2	12	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CROISSANT INDUSTRIALES	12,4	11,8	10,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-
MAGDALENAS	29,5	28	27,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PASTELITO RELLENO CON COBERTURA	39	37,1	37,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PASTELITO RELLENO SIN COBERTURA	32	30,4	31	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ROSQUILLAS CON COBERTURA	24	22,8	19	-	-	-	19	18,1	15,2	-	-	-
ROSQUILLAS SIN COBERTURA	24	22,8	18	-	-	-	11	10,5	10,5	-	-	-
CEREALES DE DESAYUNO INFANTIL CHOCOLATEADOS	28,8	25,9	24,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CREMAS DE VERDURAS	-	-	-	0,75	0,7	0,68	-	-	-	-	-	-
CHORIZO VELA EXTRA	3	2,7	1,7	3,9	3,5	3,5	-	-	-	41	38,95	29
JAMÓN COCIDO EXTRA	1,5	1,35	0,9	2,3	1,93	1,9	-	-	-	-	-	-
LONGANIZA FRESCA	1	0,9	0,5	3	2,52	2	-	-	-	25	23,75	16
PECHUGA DE PAVO	2,5	2,25	1	2,2	1,85	1,8	-	-	-	-	-	-
SALCHICHA/MORTADELA	1,7	1,53	0,8	2,6	2,18	2	-	-	-	26	24,7	18
SALCHICHÓN VELA EXTRA	4	3,6	2,6	3,9	3,5	3,5	-	-	-	41	38,95	30,8

CONTENIDO MEDIANO DE NUTRIENTES POR SUBCATEGORÍA (CONTINUACIÓN)

SUBCATEGORÍA	CONTENIDO MEDIANO DE AZÚCARES TOTALES (g/100 g)			CONTENIDO MEDIANO DE SAL (g/100 g)			CONTENIDO MEDIANO DE GRASA SATURADA (g/100 g)			CONTENIDO MEDIANO DE GRASA TOTAL (g/100 g)		
	2016	2020	2021	2016	2020	2021	2016	2020	2021	2016	2020	2021
GALLETAS DE DESAYUNO FAMILIAR E INFANTIL	22	20,9	20	-	-	-	5	4,8	1,5	-	-	-
GALLETAS RELLENAS	34,5	32,8	31	-	-	-	10,5	10	7,8	-	-	-
HELADOS INFANTILES BASE AGUA	18,9	18	17	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NÉCTAR DE MELOCOTÓN SIN EDULCORANTES	11,5	10,76	10,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NÉCTAR DE NARANJA SIN EDULCORANTES	10,75	10,16	10	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NÉCTAR DE PIÑA SIN EDULCORANTES	11,8	11,2	10,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PAN DE MOLDE BLANCO	4	3,9	3,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PAN DE MOLDE INTEGRAL	4,2	4,1	4,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PAN TOSTADO	5,5	5,4	5,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PAN TOSTADO INTEGRAL	4,6	4,5	4,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ANILLAS	-	-	-	1,5	1,26	1,26	-	-	-	-	-	-
ANILLAS RESTRUCTURADAS	-	-	-	1,7	1,53	1,33	-	-	-	-	-	-
CROQUETAS	-	-	-	1,3	1,17	1	-	-	-	-	-	-
EMPANADILLAS	-	-	-	0,83	0,72	0,7	-	-	-	-	-	-
LASAÑAS/CANELONES	-	-	-	1	0,9	0,8	-	-	-	-	-	-
NUGGETS	-	-	-	1,4	1,26	1,2	2,3	2,1	1,8	-	-	-
PRODUCTOS DE SURIMI (SUCEDÁNEO DE ANGULA)	-	-	-	2,5	2,3	2	-	-	-	-	-	-
PRODUCTOS DE SURIMI (SUCEDÁNEO DE CANGREJO)	-	-	-	2	1,8	1,8	-	-	-	-	-	-
ARROZ CON LECHE	15,8	14,88	14,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-
BATIDOS	11,6	10,89	10,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-
FLAN DE HUEVO	24,3	23,57	23	-	-	-	-	-	-	-	-	-
FLAN DE VAINILLA	16,5	16,5	16,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-
QUESO FRESCO SEMIDESNATADO CON FRUTA TIPO PETIT (FRESA-PLÁTANO)	13,1	12,19	11	-	-	-	-	-	-	-	-	-

CONTENIDO MEDIANO DE NUTRIENTES POR SUBCATEGORÍA (CONTINUACIÓN)

SUBCATEGORÍA	CONTENIDO MEDIANO DE AZÚCARES TOTALES (g/100 g)			CONTENIDO MEDIANO DE SAL (g/100 g)			CONTENIDO MEDIANO DE GRASA SATURADA (g/100 g)			CONTENIDO MEDIANO DE GRASA TOTAL (g/100 g)		
	2016	2020	2021	2016	2020	2021	2016	2020	2021	2016	2020	2021
LECHE FERMENTADA LÍQUIDA SEMIDESNATADA INDIVIDUAL	11,85	11,08	10,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NATILLAS DE VAINILLA	16	15,36	15	-	-	-	-	-	-	-	-	-
YOGUR CON FRUTAS	14,3	13,36	11,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-
YOGUR DE SABORES	12,8	11,92	11,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
YOGUR GRIEGO CON FRUTAS	13,9	13,35	12,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-
YOGUR GRIEGO NATURAL AZUCARADO	11,6	11,26	11	-	-	-	-	-	-	-	-	-
YOGUR NATURAL AZUCARADO	12,5	11,6	11,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
YOGUR LÍQUIDO	13,15	12,27	11,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-
KÉTCHUP	21,4	20,5	19	2,1	2	2	-	-	-	-	-	-
MAYONESA	1,6	1,3	1,3	1,2	1	1	-	-	-	-	-	-
SALSA FINA	3	2,9	2,3	1,4	1,3	1,1	-	-	-	-	-	-
TOMATE FRITO RECETA BÁSICA	7,2	6,9	6,4	1,1	1	1	-	-	-	-	-	-

ANEXO 7.

2016-2020-2021-MEJOR DE SU SUBCATEGORÍA

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	AZÚCAR (g/100 g)				SAL (g/100 g)				GRASA SAT. (g/100 g)				GRASA TOTAL (g/100 g)			
		2016	2020	2021	Min.	2016	2020	2021	Min.	2016	2020	2021	Min.	2016	2020	2021	Min.
APERITIVOS SALADOS	PALOMITAS DE MICROONDAS	-	-	-	-	-	-	-	-	13	11,7	8,4	0,6	-	-	-	-
	PATATAS FRITAS	-	-	-	-	1,3	1,12	1	0	15,6	14	3,8	2	-	-	-	-
	PRODUCTOS DE APERITIVO	-	-	-	-	2,02	1,92	1,5	0,2	-	-	-	-	-	-	-	-
	PRODUCTOS DE APERITIVO FRITOS	-	-	-	-	-	-	-	-	13,8	12,4	3	0,6	-	-	-	-
BEBIDAS REFRESCANTES	BEBIDAS REFRESCANTES DE LIMA-LIMÓN SIN EDULCORANTES	10,1	9,1	7,3	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	BOLLO CON PEPITAS DE CHOCOLATE	-	-	-	-	-	-	-	-	6,6	6,3	3,6	3,4	-	-	-	-
	BOLLO RELLENO SIN COBERTURA	23,5	22,3	21	14	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
BOLLERÍA Y PASTELERÍA	BOLLO SIN RELLENO	17	16,2	12	6,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	CROISSANTS	12,4	11,8	10,4	0,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	MAGDALENAS	29,5	28	27,9	21	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	PASTELITO RELLENO CON COBERTURA	39	37,1	37,1	21	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	PASTELITO RELLENO SIN COBERTURA	32	30,4	31	26	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	ROSQUILLAS CON COBERTURA	24	22,8	19	11	-	-	-	-	19	18,1	15,2	12	-	-	-	-
	ROSQUILLAS SIN COBERTURA	24	22,8	18	14	-	-	-	-	11	10,5	10,5	2,9	-	-	-	-
CEREALES DE DESAYUNO	CEREALES DE DESAYUNO INFANTIL CHOCOLATEADOS	28,8	25,9	24,9	17	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CREMAS	CREMAS DE VERDURAS	-	-	-	-	0,75	0,7	0,68	0,3	-	-	-	-	-	-	-	-
DERIVADOS CÁRNICOS	CHORIZO VELA EXTRA	3	2,7	1,7	0	3,9	3,5	3,5	1,3	-	-	-	-	41	39	29	9,1
	JAMÓN COCIDO EXTRA	1,5	1,35	0,9	0	2,3	1,93	1,9	0,8	-	-	-	-	-	-	-	-
	LONGANIZA FRESCA	1	0,9	0,5	0	3	2,52	2	0,5	-	-	-	-	25	23,8	16	2
	PECHUGA DE PAVO	2,5	2,25	1	0,2	2,2	1,85	1,8	1,1	-	-	-	-	-	-	-	-
	SALCHICHA/MORTADELA	1,7	1,53	0,8	0	2,6	2,18	2	1,3	-	-	-	-	26	24,7	18	3
	SALCHICHÓN VELA EXTRA	4	3,6	2,6	0	3,9	3,5	3,5	1,4	-	-	-	-	41	39	30,8	11

2016-2020-2021-MEJOR DE SU SUBCATEGORÍA (CONTINUACIÓN)

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	AZÚCAR (g/100 g)				SAL (g/100 g)				GRASA SAT. (g/100 g)				GRASA TOTAL (g/100 g)			
		2016	2020	2021	Min.	2016	2020	2021	Min.	2016	2020	2021	Min.	2016	2020	2021	Min.
GALLETAS	GALLETAS DE DESAYUNO FAMILIAR E INFANTIL	22	20,9	20	12	-	-	-	-	5	4,8	1,5	0,8	-	-	-	-
	GALLETAS RELLENAS	34,5	32,8	31	24	-	-	-	-	10,5	10	7,8	2,5	-	-	-	-
HELADOS	HELADOS INFANTILES BASE AGUA	18,9	18	17	3,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NÉCTARES DE FRUTAS	NÉCTAR DE MELOCOTÓN SIN EDULCORANTES	11,5	10,8	10,7	5,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	NÉCTAR DE NARANJA SIN EDULCORANTES	10,8	10,2	10	6,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	NÉCTAR DE PIÑA SIN EDULCORANTES	11,8	11,2	10,9	7,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PAN ESPECIAL ENVASADO	PAN DE MOLDE BLANCO	4	3,9	3,8	2,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	PAN DE MOLDE INTEGRAL	4,2	4,1	4,1	2,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	PAN TOSTADO	5,5	5,4	5,1	3,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	PAN TOSTADO INTEGRAL	4,6	4,5	4,5	2,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PLATOS PREPARADOS	ANILLAS	-	-	-	-	1,5	1,26	1,26	0,9	-	-	-	-	-	-	-	-
	ANILLAS RESTRUCTURADAS	-	-	-	-	1,7	1,53	1,33	0,8	-	-	-	-	-	-	-	-
	CROQUETAS	-	-	-	-	1,3	1,17	1	0,5	-	-	-	-	-	-	-	-
	EMPANADILLAS	-	-	-	-	0,83	0,72	0,7	0,5	-	-	-	-	-	-	-	-
	LASAÑAS/CANELONES	-	-	-	-	1	0,9	0,8	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-
	NUGGETS	-	-	-	-	1,4	1,26	1,2	0,9	2,3	2,1	1,8	0,3	-	-	-	-
	PRODUCTOS DE SURIMI (SUCEDÁNEO DE ANGULA)	-	-	-	-	2,5	2,3	2	1,3	-	-	-	-	-	-	-	-
	PRODUCTOS DE SURIMI (SUCEDÁNEO DE CANGREJO)	-	-	-	-	2	1,8	1,8	1,2	-	-	-	-	-	-	-	-
PRODUCTOS LÁCTEOS	ARROZ CON LECHE	15,8	14,9	14,4	11	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	BATIDOS	11,6	10,9	10,5	4,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	FLAN DE HUEVO	24,3	23,6	23	18	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	FLAN DE VAINILLA	16,5	16,5	16,4	13	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

2016-2020-2021-MEJOR DE SU SUBCATEGORÍA (CONTINUACIÓN)

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	AZÚCAR (g/100 g)				SAL (g/100 g)				GRASA SAT. (g/100 g)				GRASA TOTAL (g/100 g)			
		2016	2020	2021	Min.	2016	2020	2021	Min.	2016	2020	2021	Min.	2016	2020	2021	Min.
PRODUCTOS LÁCTEOS	QUESO FRESCO SEMIDESNATADO CON FRUTA TIPO PETIT (FRESA-PLÁTANO)	13,1	12,2	11	3,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	LECHE FERMENTADA LÍQUIDA SEMIDESNATADA INDIVIDUAL	11,9	11,1	10,6	3,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	NATILLAS DE VAINILLA	16	15,4	15	14	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	YOGUR CON FRUTAS	14,3	13,4	11,6	5,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	YOGUR DE SABORES	12,8	11,9	11,3	4,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	YOGUR GRIEGO CON FRUTAS	13,9	13,4	12,8	8,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	YOGUR GRIEGO NATURAL AZUCARADO	11,6	11,3	11	5,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	YOGUR NATURAL AZUCARADO	12,5	11,6	11,3	2,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	YOGUR LÍQUIDO	13,2	12,3	11,6	3,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
SALSAS	KÉTTCHUP	21,4	20,5	19	15	2,1	2	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-
	MAYONESA	1,6	1,3	1,3	0,3	1,2	1	1	0,8	-	-	-	-	-	-	-	-
	SALSA FINA	3	2,9	2,3	0,3	1,4	1,3	1,1	0,8	-	-	-	-	-	-	-	-
	TOMATE FRITO RECETA BÁSICA	7,2	6,9	6,4	4	1,1	1	1	0,4	-	-	-	-	-	-	-	-

Los mejores valores por nutriente y subcategoría corresponden a los mínimos hallados en la muestra de productos evaluada.

ANEXO 8. CUMPLIMIENTO COMPROMISOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS EN SECTORES DE ALIMENTACIÓN FUERA DEL HOGAR: RESTAURACIÓN SOCIAL Y RESTAURACIÓN MODERNA

RESTAURACIÓN SOCIAL – EVALUACIÓN DE MEDIDAS CUANTITATIVAS

SERVICIO A COLEGIOS

MEDIDAS	N	MÍN	MÁX	ALCANZADO 2020 (MEDIA)	DATOS 2016	OBJETIVO 2020	CUMPLE PLAN	% CENTROS POR ENCIMA/ DEBAJO DEL OBJETIVO	REDUCCIÓN/ AUMENTO	% REDUCCIÓN/ AUMENTO 2016-2020
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	5.764	2	22	2,6	1 vez/mes	2 veces/mes	Sí	0%	Sí	160%
Aumentar la oferta de platos cocinados a la plancha, y cocción y horno, sin añadir sofritos o salsas elaboradas	5.764	0	30	7	4 veces/mes	8 veces/mes	No	51%	Sí	75%
Disminuir la oferta de platos precocinados fritos (croquetas, San Jacobo, empanadillas...) tanto en platos principales como de acompañamiento	5.824	0%	17,5%	6% al mes	10% al mes	≤7% al mes	Sí	39%	Sí	66,6%
Aumentar la oferta de pan integral como alternativa al pan blanco	5.821	0	5	1	0 días/sem	1 día/sem	Sí	41%	Sí	100%

RESTAURACIÓN SOCIAL – EVALUACIÓN DE MEDIDAS CUANTITATIVAS

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

MEDIDAS	N	MÍN	MÁX	ALCANZADO 2020 (MEDIA)	DATOS 2016	OBJETIVO 2020	CUMPLE PLAN	% CENTROS POR ENCIMA/ DEBAJO DEL OBJETIVO	REDUCCIÓN/ AUMENTO	% REDUCCIÓN/ AUMENTO 2016-2020
CENTROS CON 1 MENÚ SIN ELECCIÓN										
Aumentar la oferta de primeros platos a base de hortalizas incluidas las verduras	222	1	2	1	1 vez/sem	2 veces/sem	No	98%	No	0%
Aumentar la oferta de platos de pescado como segundo plato	223	1,5	2	2	1 vez/sem	2 veces/sem	Sí	0,4%	Sí	100%
Aumentar la oferta de platos a base de carnes magras como segundo plato/total oferta de carnes	223	2	2	2	1 vez/sem	2 veces/sem	Sí	0%	Sí	100%
Aumentar la oferta de opciones de postre: fruta fresca de temporada (entera o manipulada, p.ej. Macedonia)	223	4	5	4	3 veces/sem	4 veces/sem	Sí	0%	Sí	25%

RESTAURACIÓN SOCIAL – EVALUACIÓN DE MEDIDAS CUANTITATIVAS (CONTINUACIÓN)										
SERVICIO A EMPRESAS/CAFETERÍA DE HOSPITALES/FUERZAS Y CUERPOS DE SEGURIDAD DEL ESTADO/CENTROS DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS										
MEDIDAS	N	MÍN	MÁX	ALCANZADO 2020 (MEDIA)	DATOS 2016	OBJETIVO 2020	CUMPLE PLAN	% CENTROS POR ENCIMA/ DEBAJO DEL OBJETIVO	REDUCCIÓN/ AUMENTO	% REDUCCIÓN/ AUMENTO 2016-2020
CENTROS CON VARIOS MENÚS										
Aumentar la oferta de primeros platos a base de legumbres	579	1	4	2,2	1 vez/sem	2 veces/sem	Si	15%	Si	10%
Aumentar la oferta de segundos platos con guarnición de hortalizas, incluidas verduras, o legumbres	498	2	5	4,3	2 veces/sem	3 veces/sem	Si	17%	Si	115%
Aumentar la oferta de platos cocinados a la plancha, cocción y horno, sin añadir sofritos o salsas elaboradas	574	5	30	15	4 veces/mes	8 veces/mes	Si	2%	Si	275%
Disminuir la oferta de platos precocinados fritos (croquetas, San Jacobo, empanadillas) (de todos los productos servidos incluido acompañamiento)	650	0%	13,5%	3%	15% al mes	10% al mes	Si	26%	Si	80%
Aumentar la oferta de yogur natural no azucarado frente al total de oferta de productos lácteos	650	13%	100%	61,6%	1 de cada 8 / mes (12,5%)	1 de cada 4 / mes (25%)	Si	33%	Si	314%

RESTAURACIÓN SOCIAL – EVALUACIÓN DE MEDIDAS CUANTITATIVAS

SERVICIO A CENTROS CON PENSIÓN COMPLETA

MEDIDAS	N	MÍN	MÁX	ALCANZADO 2020 (MEDIA)	DATOS 2016	OBJETIVO 2020	CUMPLE PLAN	% CENTROS POR ENCIMA/ DEBAJO DEL OBJETIVO	REDUCCIÓN/ AUMENTO	% REDUCCIÓN/ AUMENTO 2016-2020
TODOS LOS CENTROS										
Aumentar la oferta de biscotes/pan sin sal frente al total de oferta de biscotes	142	0%	100%	18%	10%	50%	No	77%	Si	80%
Aumentar la oferta de galletas sin azúcar frente al total de oferta de galletas	142	0%	100%	14%	10%	25%	No	77%	Si	40%
Aumentar la oferta de platos cocinados a la plancha, cocción y horno, sin añadir sofritos o salsas elaboradas	142	5	56%	12	5 veces/mes	9 veces/mes	Si	11%	Si	140%
Disminuir la ofertar de platos precocinados fritos (croquetas, San Jacobo, empanadillas...)	142	0%	21%	14%	20% al mes	≤15% al mes	Si	52%	Si	30%
Aumentar la oferta de yogur natural no azucarado frente al total de la oferta de productos lácteos	142	0%	100%	23%	1 de cada 8 (12,5%)	1 de cada 4 (25%)	No	62%	Si	98%

RESTAURACIÓN SOCIAL – EVALUACIÓN DE MEDIDAS CUANTITATIVAS (CONTINUACIÓN)										
SERVICIO A CENTROS CON PENSIÓN COMPLETA										
MEDIDAS	N	MÍN	MÁX	ALCANZADO 2020 (MEDIA)	DATOS 2016	OBJETIVO 2020	CUMPLE PLAN	% CENTROS POR ENCIMA/ DEBAJO DEL OBJETIVO	REDUCCIÓN/ AUMENTO	% REDUCCIÓN/ AUMENTO 2016-2020
CENTROS CON UN MENÚ										
Aumentar la oferta de segundos platos con guarnición de hortalizas, incluidas las verduras o legumbres	103	3	8	7	7 veces/sem	8 veces/sem	No	83%	No	0%
Aumentar la oferta de platos de pescado como segundo plato	103	2	4	4	3 veces/sem	4 veces/sem	Sí	16,5%	Sí	33%
Aumentar la oferta a base de carnes magras como segundo plato	103	2	4	2	2 veces/sem	3 veces/sem	No	90%	No	0%
Aumentar la oferta de opciones de postre: fruta fresca de temporada (entera o manipulada, p.ej. macedonia)	103	71%	100%	79%	7 de 14 (50%)	10 de 14 (71%)	Sí	0%	Sí	50%
CENTROS CON VARIOS MENÚS PARA ELEGIR										
Aumentar la oferta de primeros platos a base de hortalizas y verduras	17	5,5	10,5	9	4 veces/sem	6 veces/sem	Sí	35%	Sí	83%
Aumentar la oferta de primeros platos a base de legumbres	17	0,5	1,4	1	1 vez/sem	2 veces/sem	No	100%	No	0%

RESTAURACIÓN SOCIAL – EVALUACIÓN DE MEDIDAS CUALITATIVAS

MEDIDAS	% EMPRESAS				CUMPLE PLAN	REDUCCIÓN/ AUMENTO 2016-2020
	2016	OBJETIVO 2020	EVALUACIÓN 2020			
			SÍ	EN PROCESO		
COLEGIOS (n=62)						
Promoción de mensajes saludables consensuados, durante los meses que dure el curso lectivo escolar, en menús u otros soportes que permitan a las empresas la difusión de estos mensajes	10% colegios	50%	86	13	SÍ	Si
EMPRESAS / CAFETERÍA DE HOSPITALES / FUERZAS Y CUERPOS DE SEGURIDAD DEL ESTADO / CENTROS DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS (n=16)						
Aumentar la oferta de pan integral como alternativa al pan blanco (en caso de que haya varios menús para elegir)	75% empresas	100%	88	9	NO	Si
Colaborar en la promoción de mensajes o consejos saludables de alimentación y actividad física que conciencien al consumidor, a través de los medios de difusión utilizados por las empresas.	10% empresas	100%	76	6	NO	Si
Ofrecer formación en nutrición y hábitos saludables al personal de cocina de las empresas	10% empresas	70%	74	6	SÍ	Si
CENTROS DE PENSIÓN COMPLETA-7 DÍAS (EXCEPTO SECTOR SOCIO SANITARIO) (n=7)						
Aumentar la oferta pan integral	50% empresas	100%	47	53	NO	No
Colaborar en la promoción de mensajes o consejos saludables de alimentación y actividad física que conciencien al consumidor, a través de los medios de difusión utilizados por las empresas.	10% empresas	100%	65	6	NO	Si
Ofrecer formación en nutrición y hábitos saludables al personal de cocina de las empresas	10% empresas	70%	65	6	NO	Si

RESTAURACIÓN MODERNA – EVALUACIÓN DE MEDIDAS CUANTITATIVAS

MEDIDAS	N	MÍN	MÁX	EVALUACIÓN 2020 (MEDIA)	DATOS 2016	OBJETIVO 2020	CUMPLE PLAN	% CENTROS POR ENCIMA/ DEBAJO DEL OBJETIVO	REDUCCIÓN/ AUMENTO	% REDUCCIÓN/ AUMENTO 2016-2020
TODOS LOS ESTABLECIMIENTOS (CON SERVICIO EN MESA, SIN SERVICIO EN MESA Y RESTAURACIÓN EN RUTA)										
Reducción del contenido de azúcar en sobres monodosis	3.474	3	10	4	6 g	3 g	No	40%	Si	33%
Reducción del contenido de sal en sobres monodosis	3.808	0,8	1	0,8	1,2 g	0,8 g	Si	15%	Si	33%
ESTABLECIMIENTOS CON SERVICIO EN MESA (CASUAL DINNING, FINE DINNING)										
Aumentar la utilización de leche baja en grasa y desnatada en los desayunos y cafés	752	5%	100%	74%	20%	50%	Si	13%	Si	270%

RESTAURACIÓN MODERNA – EVALUACIÓN DE MEDIDAS CUALITATIVAS

COMPROMISOS ESPECÍFICOS POR TIPO DE SERVICIO	% EMPRESAS				CUMPLE PLAN	REDUCCIÓN/ AUMENTO
	2016	OBJETIVO 2020	EVALUACIÓN 2020			
			SÍ	EN PROCESO		
CON SERVICIO EN MESA (n=18)						
Ausencia de saleros y salseros en las mesas. Estarán a disposición del cliente bajo petición	30	70	100	-	SÍ	Si
Utilización de aceite de girasol, girasol alto oleico y/u oliva en los procesos de fritura	40	100	100	-	SÍ	Si
Adquisición de productos reformulados	0	90	61	22	NO	Si
Disminución de tamaño de porciones o incremento de la ofertar de platos <i>para compartir</i>	13	50	83	11	SÍ	Si
Disponer de alternativas al pan blanco y/o aumentar la oferta de cereales integrales	12	90	39	17	NO	Si
Aumentar la oferta de platos preparados con técnicas culinarias como horneado, vapor y plancha frente a frituras	10	70	83	11	-	Si
SIN SERVICIO EN MESA (n=14)						
Utilización de aceite de girasol y girasol alto oleico en los procesos de fritura	50	100	90	10	NO	Si
Adquisición de productos reformulados	0	90	86	7	NO	Si
Disminución de tamaño de porciones o incremento de la oferta de: platos <i>para compartir</i> , productos de distintos tamaños	15	50	100	-	SÍ	Si
Disponer de alternativas al pan blanco y/o aumentar la oferta de cereales integrales	5	50	54	-	SÍ	Si
Disponer de leche baja en grasa y desnatada en los desayunos y cafés servidos a lo largo de todo el día	20	90	77	-	NO	Si
SERVICIO EN RUTA (n=3)						
Ausencia de saleros y salseros en las mesas. Estarán a disposición del cliente bajo petición	30	70	100	-	SÍ	Si
Utilización de aceite de girasol, girasol alto oleico y/u oliva en los procesos de fritura	40	85	100	-	SÍ	Si
Adquisición de productos reformulados	0	90	33	67	NO	Si
Disponer de leche baja en grasa y desnatada en los desayunos y cafés servidos a lo largo de todo el día	20	90	100	-	SÍ	Si

RESTAURACIÓN MODERNA – EVALUACIÓN DE MEDIDAS CUALITATIVAS		
COMPROMISOS COMUNES VOLUNTARIOS PARA TODOS LOS SERVICIOS (n=32; 2 sin información)	EVALUACIÓN 2020	
	SÍ	EN PROCESO
Reducción de los orificios de salida de las tapas de los saleros	18%	0%
Aumentar la utilización de especias para reducir la sal añadida	45%	14%
Ofertar al consumidor aceite de oliva virgen como aderezo para las ensaladas	93%	0%
Incrementar el uso de grasas o aceites de perfil nutricional más saludable como el aceite de oliva y de girasol en sustitución de ciertas grasas saturadas (en otras preparaciones que no sean frituras)	79%	0%
Aumentar la oferta de guarniciones de verduras y hortalizas como alternativa a las patatas fritas	78%	4%
Aumentar la oferta de guarniciones de legumbres	18%	11%
Incorporar la presencia de frutas en las ensaladas	46%	0%
Aumentar la oferta de fruta y zumos de fruta como opción de postre	53%	7%
Ofertar frutas a lo largo de todo el día (en otras comidas) y no limitar su oferta a la alternativa de postre	40%	7%
Aumentar la disponibilidad de agua corriente a disposición del cliente, bajo petición	66%	13%
Nuestros socios impulsarán entre sus proveedores la reformulación de productos según los criterios firmados en cada una de las categorías de productos en el presente acuerdo por los diferentes sectores de la FIAB	19%	25%
Media SÍ: 50%		

ANEXO 9. SECTORES, CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS DE ALIMENTOS NO INCLUIDOS EN EL PLAN

Sectores

- Centros Sociosanitarios (Restauración social).
- Delivery.

Categorías

- Chocolatinas.
- Barritas energéticas.
- Barras de cereales.
- Mermeladas y confituras, golosinas, caramelos.
- Quesos.
- Análogos de carne a base de plantas, por ejemplo, de tofu.
- Productos en conserva.
- Bebidas vegetales.

Productos de subcategorías incluidas en el PLAN

- Galletas saladas, resto de galletas (diferentes a rellenas e infantiles).
- Resto de cereales diferentes a los infantiles chocolateados.
- Resto de platos preparados (pizzas, albóndigas, fabadas, arroces, revueltos, precocinados de pescado, parrilladas, salteados, tortillas, sandwiches, burritos, wraps, ensaladas listas para consumir).
- Resto de cremas (sopas y caldos).
- Untables vegetales (hummus, guacamole) y de frutos secos (crema de cacahuete), mantequillas y margarinas.
- Resto de panes (pan normal, picos).
- Resto de salsas (barbacoa, soja, balsámicas, mostazas...).

- Resto de postres lácteos y no lácteos (tarta de queso, chocolate, etc.) así como los preparados para postres.
- Resto de helados que no son base agua.
- Resto bebidas refrescantes (refrescos cola, limón, bebidas energéticas, isotónicas, bebidas a base de zumo de frutas), bebidas de leche y fruta, bebidas de café y té.
- Otros aperitivos y snacks (frutos secos, encurtidos).
- Resto de bollería y pastelería (sobaos, napolitanas, croissant relleno...).
- Resto derivados cárnicos (otros embutidos, hamburguesas).

EVALUACIÓN FINAL DE LOS ACUERDOS DE REDUCCIÓN DEL CONTENIDO
EN NUTRIENTES SELECCIONADOS (AZÚCARES, SAL Y GRASAS) DEL
**PLAN DE COLABORACIÓN PARA LA MEJORA DE LA COMPOSICIÓN
DE LOS ALIMENTOS Y BEBIDAS Y OTRAS MEDIDAS 2020**

© AGENCIA ESPAÑOLA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIÓN, 2022
NIPO: 069-22-005-6



EVALUACIÓN FINAL



DE LOS ACUERDOS DE REDUCCIÓN DEL CONTENIDO
EN NUTRIENTES SELECCIONADOS (AZÚCARES, SAL Y GRASAS) DEL
PLAN DE COLABORACIÓN PARA LA MEJORA DE LA COMPOSICIÓN
DE LOS ALIMENTOS Y BEBIDAS Y OTRAS MEDIDAS 2020



EVALUACIÓN FINAL



DE LOS
ACUERDOS
DE REDUCCIÓN
DEL CONTENIDO
EN NUTRIENTES
SELECCIONADOS
(AZÚCARES,
SAL Y GRASAS)



DEL
PLAN DE
COLABORACIÓN
PARA LA MEJORA
DE LA COMPOSICIÓN
DE LOS ALIMENTOS
Y BEBIDAS
Y OTRAS MEDIDAS
2020