

# MEMORIA DE ACTIVIDADES 2020

**Afepadi** 

Asociación de las Empresas  
de Dietéticos y Complementos Alimenticios

---

# Asociación de las Empresas de Dietéticos y Complementos Alimenticios

C/Aragón, 208 Ático 4º - 08011 Barcelona - Telf. 934 513 155  
afepadi@afepadi.org - [www.afepadi.org](http://www.afepadi.org)





# MEMORIA DE ACTIVIDADES

2020





# ÍNDICE

# 1 PRESENTACIÓN 5

Carta del Presidente: José Gerardo Martínez

Carta del Secretario General: Camil Rodiño

Los complementos alimenticios

# 2 LA ASOCIACIÓN 13

Nuestra misión, visión y valores

Líneas de trabajo

# 3 QUIÉNES SOMOS 19

Estructura orgánica y de gestión

Junta Directiva 2020

Equipo de Secretaría Afepadi

Cómo trabajamos

Nuestras alianzas

Afepadi en cifras

Nuestros asociados

# 4 COMUNICACIÓN Y RELACIÓN CON EL ASOCIADO 33

Comunicación interna: informamos al socio

Comunicación externa: creamos noticia







# PRESENTACIÓN



# Carta del Presidente



**José Gerardo  
Martínez**  
*Presidente de  
Afepadi*

Sin duda alguna, para nuestro sector, 2020 ha sido el año de confirmación de un nuevo canal de ventas (*venta online*) y de nuevas formas de trabajar apoyadas en las ventajas de las nuevas tecnologías, que esperamos saber aprovechar para mejorar nuestra actividad empresarial.

2020 comenzó con una interesante e intensa relación con la administración, pero la llegada de la pandemia y la consecuente crisis sanitaria hizo que los contactos se limitasen a contactos telefónicos y correspondencia *online*. Esperamos volver a tener a una situación normalizada a lo largo de 2021 o como muy tarde en 2022.

A pesar de las dificultades con las que nos hemos encontrado, nuestro sector ha conseguido cerrar un año con mejores resultados de los que se auguraban cuando se inició la crisis sanitaria. Ante esta situación, el consumidor ha buscado en nuestro sector productos que le ayuden a paliar los problemas de salud y de estados de ánimo que le provoca la pandemia. Sin embargo, necesitamos que esta situación termine cuanto antes y podamos seguir desarrollando nuestra actividad sin el escenario de la crisis sanitaria provocada por la COVID-19.

Debemos seguir apostando por la calidad de nuestros productos, por el I+D+i y por el compromiso con el medio ambiente, de esta forma podremos satisfacer al consumidor que, influenciado por la crisis que estamos sufriendo, nos va a exigir productos que sean respetuosos con la naturaleza.

En el tema regulatorio hemos seguido siendo sufridores de una inactividad de las administraciones nacionales y europeas junto con la disparidad de criterios entre administraciones autonómicas, nacionales y de otros estados europeos. Ello, sin duda alguna, coloca a nuestra industria en una situación incómoda al no disponer de una seguridad normativa. Ante los cambios que está sufriendo la legislación de la Unión Europea -y más que habrá- en la forma en la que se relacionan las empresas con los consumidores, desde estas líneas animo al sector a que prepare sus empresas para ello. Todos los indicadores pronostican que nuestro sector crecerá, dado que el ser humano cada día se preocupa más por su salud y por una buena calidad de vida.

En este 2020, a pesar de las dificultades de no poder tener reuniones presenciales, la Junta Directiva que presido ha puesto en marcha la reinversión de Afepadi y las diferentes áreas han trabajado en los objetivos que la asociación tiene marcados. A destacar el esfuerzo realizado por la Junta Directiva y la Secretaría para dar a conocer la asociación a las empresas de nuestro sector en el estado español, realizando reuniones regionales *online* con las empresas de las diferentes comunidades autónomas.

# Carta del Presidente

Sigue en pie el compromiso de esta Junta Directiva de poner sus cargos a disposición de los asociados, acción que se llevará a cabo en la primera asamblea de socios que pueda realizarse de forma presencial y desde aquí animo a todos los socios a que participen y se impliquen en la dirección de la asociación.

Para terminar decirles que, a pesar de seguir creciendo año tras año, necesitamos que más empresas se sumen a la asociación para poder influir en la regulación de nuestro sector. Eso solo lo conseguiremos si la dimensión de Afepadi es verdaderamente representativa del tamaño del sector.

Gracias a la Junta Directiva y la Secretaría por su dedicación y compromiso, hemos tenido que enfrentarnos a situaciones comprometidas y en todo momento habéis estado ahí, muchas gracias.

Mención especial a Camil, gracias por tu dedicación, ni en los peores momentos has desfallecido y por desgracia has tenido que sufrir mucho en este año. Y por último gracias a todos los asociados por vuestro apoyo, sin vosotros Afepadi no tiene sentido. Muchas gracias.

**José Gerardo Martínez**  
*Presidente de Afepadi*

# Carta del Secretario General



## **Camil Rodiño**

*Secretario  
General de  
Afepadi*

2020 ha sido, sin ninguna duda, un año excepcional, extremadamente difícil y sin parangón en nuestra historia reciente. La pandemia, por inesperada, por imprevista, por su enorme gravedad, ha sometido a una dura prueba de estrés a todo el sistema económico, político y social mundial. Nuestro sector incluido.

En los inicios del 2020 todo iba viento en popa, la actividad de Afepadi era intensa y los planes de trabajo para el año ilusionantes, prometedores y ambiciosos. A partir de marzo todo se precipita y el mundo se paraliza, dejándonos sumidos en un contexto de auténtica incertidumbre y temores. Un verdadero punto de inflexión.

Las calles se vacían, los comercios se cierran, parece que el mundo se acaba. Esta crisis ha acelerado un cambio de época, trayéndonos nuevas formas de vida, cambios en nuestra escala de valores, nuevos hábitos de consumo y de compra. Y, sobre todo, la sociedad ha adquirido una mayor concienciación de la importancia de nuestra buena salud y de la prevención. Nutrición y actividad física han pasado a un primer plano de la sociedad.

Visto todo ello con la perspectiva que da el tiempo, no toca más que felicitar y agradecer a todas las empresas asociadas y a su personal por sus esfuerzos y compromiso para continuar con la actividad normal, por hacer frente a las adversidades, por haberse adaptado a los cambios, por haber seguido abasteciendo el mercado con nuestros productos que, entonces más que nunca, han cumplido una importante función tanto nutricional como social. Gracias.

Y muy especialmente agradezco al personal de Afepadi su compromiso y dedicación durante toda la crisis, particularmente en sus inicios, por haber continuado “como si nada pasara” a pesar de la grave afectación del personal de la Secretaría. Gracias.

Tampoco hay que olvidar a todos aquellos que han sido víctimas del virus ni a aquellos que han perdido seres queridos a causa de la pandemia. Para ellos nuestra solidaridad.

La actividad de Afepadi en 2020 ha sido intensa, a pesar de las circunstancias. Las buenas relaciones pre-pandemia con nuestras Administraciones no han hecho más que afianzarse durante el año. El diálogo ha sido fluido, y se han tratado adecuadamente todos aquellos asuntos que nos atañen, encontrando grandes apoyos por su parte ante los foros europeos.

A pesar del desconcierto inicial, la actividad normativa en la Unión Europea se ha reemprendido a partir del segundo semestre del año, abordando asuntos clave que ya se han visto o se verán materializados durante el 2021. Otros asuntos de importancia han sido rescatados del olvido, pasando a formar parte de la agenda de nuestros legisladores europeos.

Las dosis máximas de vitaminas y minerales en los complementos alimenticios, o las plantas y sus declaraciones de propiedades saludables, han tomado impulso tras 18 años de retraso.

En particular, por su importancia para nuestro sector, tanto económica como estratégica, cabe señalar las nuevas normas cuyo trámite se ha acelerado durante el 2020, tales como las referentes a los derivados hidroxiantracénicos, la monacolina o el dióxido de titanio, por citar algunas normativas preocupantes.

Afepadi se ha posicionado como una entidad clave para atender y canalizar las necesidades de nuestro colectivo y para mantener una interlocución eficaz con nuestras administraciones y terceras partes.

Pero no todo son buenas nuevas: algunas medidas nacionales o autonómicas han ido en contra de la unidad de mercado, y otras medidas, bajo el falso pretexto de la lucha contra la obesidad, se han penalizado fiscalmente determinados complementos alimenticios líquidos y, muy especialmente, las bebidas para deportistas. Un aumento de 11 puntos del IVA con afán claramente recaudatorio que encarece injustificadamente unos productos en los que la adición de azúcar o edulcorante juega un papel esencial en la función a la que se han destinado tales productos. A ello hay que sumar los impuestos que, por el mismo concepto, se están incorporando en diversas Comunidades Autónomas.

En el área de Formación se han ofrecido sesiones mensuales monográficas de temas de máximo interés para nuestros asociados, contando con un elevado índice de participación y un alto grado de satisfacción. Cabe señalar la participación de expertos externos en algunas de estas sesiones formativas y, en particular, de personas de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición.

En el área de Comunicación, destacar el esfuerzo realizado para mantener una actividad informativa con elevado impacto, duplicando la visibilidad de los ingredientes, los productos, las empresas y, cómo no, de la Asociación. Se ha hecho un gran trabajo en las redes sociales, y se ha ofrecido una información rigurosa y de calidad.

La demonización de productos y empresas, por un lado, y las *fake-news* por otro, han requerido de una intensa vigilancia y acción por nuestra parte. La comunicación es, sin duda alguna, la mejor herramienta para conseguir mantener nuestro colectivo donde merece estar. Aunque son ya muchos años repitiéndolo en mi escrito anual, no deja de ser vigente:

*“Si no decimos quiénes somos, otros dirán lo que no somos.”*

Mirando atrás y también al futuro inmediato, se hace imprescindible una profunda transformación de nuestros modelos de negocio, para adaptarlos a una economía más digital y sostenible, a la par que innovadora y responsable. No es una opción ya que, de no hacerlo, el riesgo de perecer en el camino es enorme. Y Afepadi debe servir de palanca para que sus asociados puedan quedar bien posicionados.

Pese al contexto tan complicado en 2020, la llegada de las vacunas en diciembre abrió una ventana a la esperanza para el 2021. Pero requerirá grandes esfuerzos por nuestra parte y una gran dosis de resiliencia. En momentos como este es cuando se hace más necesaria la pertenencia a un colectivo. Todos juntos, la suma de esfuerzos.

Afepadi ha crecido un año más, 8 nuevos asociados a los que damos la bienvenida.

Gracias por formar parte de un gran equipo.

**Camil Rodiño**  
***Secretario General de Afepadi***

# Los complementos alimenticios



## Empresas alimentarias inscritas en el RGSEAA

(Registro General Sanitario de Empresas Alimentarias y Alimentos)

Actividad: Complementos Alimenticios



Año 2014: 1.427 empresas

Año 2019: 2.002 empresas

+ 40,3%



### Fabricantes

Año 2014: 175

Año 2019: 267

+ 52,6%



### Distribuidores

Año 2014: 744

Año 2019: 841

+ 13%

## Formamos parte de una gran industria a nivel mundial



En las últimas dos décadas, el mercado de los complementos alimenticios se ha fortalecido en todo el mundo. De hecho, su valor se ha **duplicado** desde 1999.

Año 1999: 49,1 mil millones \$

Año 2020\*: 140,3, mil millones \$

Fuente: Nutrition Business Journal

\*Dietary Supplements Market Size & Trends Report, 2021-2028





# LA ASOCIACIÓN



# La asociación



Somos la primera asociación empresarial de complementos alimenticios y productos dietéticos en España. Nacida en 1943, agrupamos y representamos a las empresas que operan en el mercado español cuya actividad está directamente relacionada con los complementos alimenticios y los productos dietéticos, tanto en su faceta de fabricación, como de distribución o de servicios relacionados.



La Asociación ha ido creciendo de manera paralela a la evolución del mercado. Nos hemos adaptado en todo momento tanto a las necesidades de las empresas asociadas como a la realidad del sector y nos hemos posicionado como expertos en nutrición especializada.



Actualmente **proporcionamos el marco de actuación adecuado para la defensa de los intereses comunes** de la industria de los complementos alimenticios y productos dietéticos y para la promoción de sus productos.

## NUESTRA MISIÓN



Trabajamos para **informar y formar sobre el sector de los complementos alimenticios, alimentos para control de peso y alimentos para deportistas**, así como los diferentes aspectos implicados en su desarrollo, fabricación y comercialización. Mantenemos un firme compromiso con el consumidor, con la sociedad y con el asociado.

1

Fomentamos el **buen uso** de los productos dentro del ámbito de la Asociación y proporcionamos el marco **de actuación adecuado** para la promoción de los productos y la defensa de los intereses comunes de la industria.

2

Desarrollamos **iniciativas, proyectos y cursos de formación** para dar a conocer toda la información y la normativa que gira en torno al sector de los complementos alimenticios.

3

**Asesoramos** a nuestros asociados en todos aquellos aspectos que afectan el normal desarrollo de su actividad.

4

Valoramos **nuevas alianzas y oportunidades** de negocio que beneficien a nuestros asociados.

5

Promovemos **decisiones favorables a los intereses** del asociado a través de nuestra estrecha colaboración con las Administraciones implicadas en el sector.

## NUESTRA VISIÓN



Afepadi es una entidad sin ánimo de lucro cuya meta reside en **situar el sector** de los complementos alimenticios, alimentos para control de peso y alimentos para deportistas en la **agenda política que revierta en una regulación más específica para la industria**. Queremos ser un referente en el sector y poner en valor el conocimiento para representar y defender los intereses, necesidades y derechos tanto del consumidor como de nuestros asociados.

## NUESTROS VALORES

### Compromiso

---

con el consumidor para proteger su derecho a **ser informado** en términos de salud y de intereses económicos; y con el asociado, **previend los constantes cambios legislativos**, sociales y económicos y preparando anticipadamente las respuestas adecuadas en el ámbito de la industria.

### Calidad

---

en cada una de **nuestras actuaciones**, tanto con las administraciones como con nuestros asociados.

### Sostenibilidad

---

a través del **respeto y la protección del medio ambiente**, promoción del buen estado de salud de las personas y contribución a la reducción del gasto sanitario, entre otros.

### Rigor y responsabilidad

---

a través del **conocimiento científico y en la interlocución tanto con las Administraciones** como con los actores que intervienen en el mercado, ya sea a nivel nacional como internacional.

### Transparencia

---

**en la información** tanto del sector como de la estructura de la propia asociación.

### Unidad

---

a través del **trabajo y la colaboración conjunta** entre empresas y administraciones con el objetivo de potenciar sinergias y mejorar la regulación del sector.

## LÍNEAS DE TRABAJO



### Complementos alimenticios

Modificación de la legislación específica para introducir otras sustancias, criterios de calidad y seguridad y declaraciones de salud específicas.



### Alimentos para control de peso

Reconocimiento de las particularidades de los productos sustitutivos parciales de la comida (LCD) y tentempiés (encas) en la legislación alimentaria. Revisión de los requisitos técnicos para las dietas completas (LCD y VLCD).



### Alimentos para deportistas

Impulsar la elaboración de una normativa específica que contemple requisitos de composición y declaraciones de salud. Promover una comunicación dirigida a todos los públicos para fortalecer la imagen de calidad, seguridad, idoneidad y eficacia, desvinculándose de aquellos productos que contienen sustancias dopantes.





# QUIÉNES SOMOS



# Estructura orgánica y de gestión

## ASAMBLEA GENERAL

Es el órgano supremo de gobierno de la Asociación y está formado por un representante de cada una de las empresas asociadas. Se reúne, en convocatoria Ordinaria, durante el primer semestre del año y, habitualmente, en convocatoria Extraordinaria a finales del segundo semestre de cada año.

Aprueba las políticas generales de la Asociación y sus planes de trabajo, así como el presupuesto anual y las cuotas del asociado, siguiendo el criterio de reparto previamente aprobado por la Asamblea General.

Cada empresa tiene un voto, independientemente de su dimensión y otros factores.



## JUNTA DIRECTIVA

Está formada por 10 miembros y se encarga de dirigir la Asociación durante el periodo de intersesiones de la Asamblea General, así como de llevar a la práctica las políticas y acuerdos alcanzados por la Asamblea.

Se reúne, al menos, una vez al mes excepto en agosto y está asistida por el Secretario General.

## PRESIDENTE

Preside la Asamblea General y la Junta Directiva. Es el representante legal de la Asociación y tiene el voto de calidad en caso de empate en una votación.

## SECRETARIO GENERAL

Es el portavoz de la Asociación y ejecuta los mandatos de los órganos de gobierno y la gestión diaria de la entidad. Asiste a la Junta Directiva y a la Asamblea General, dispone de voz, pero no de voto, en las deliberaciones y las votaciones.

## COMISIONES TÉCNICAS

Están formadas voluntariamente por todos aquellos expertos de cada una de las empresas interesadas en una materia determinada. Existen tantos Grupos de Trabajo como temas de interés y generalmente se reúnen físicamente, al menos, dos veces al año.

Cada grupo recoge y estudia las respuestas de cada una de las empresas participantes y se obtiene una posición consensuada que, posteriormente, se presenta y se defiende en los foros oportunos, tanto nacionales como internacionales.



# Junta Directiva 2020

## PRESIDENTE

José Gerardo Martínez



## VICEPRESIDENTE

Óscar Fernández



## TESORERA

Carla Gaya



## VOCALES

Ignacio Omedes



Ana M<sup>a</sup> Alonso



Marc Bàrbara



Mònica Gispert



Francisco Javier Castañeda



Jorge Osoro



Josep Sallarès



## SECRETARÍA

**Camil Rodiño**, Secretario General

**Maite Caro**, Atención al Asociado

**Tania Gavilán**, Área de Asuntos Regulatorios

**Helena Navarro**, Área de Comunicación

# Equipo Secretaría de Afepadi



**CAMIL RODIÑO**, Secretario general

[camil@afepadi.org](mailto:camil@afepadi.org)

Es el portavoz de la Asociación, asiste tanto a las reuniones de la Junta Directiva como de la Asamblea General. Entre sus funciones está la ejecución de los mandatos de los órganos de gobierno y la gestión diaria de la Asociación. Dispone de voz, pero no de voto, en las deliberaciones y las votaciones.



**MAITE CARO**, Área de Atención al Asociado

[maite@afepadi.org](mailto:maite@afepadi.org)

Se encarga de la revisión diaria de novedades legislativas nacionales y europeas. Además, organiza la logística de reuniones y eventos que se realizan en la asociación. Es la responsable de enviar la documentación y las circulares a los asociados y de la actualización del *website* y de la base de datos de Afepadi.



**TANIA GAVILÁN**, Área de Asuntos Regulatorios

[tecnico@afepadi.org](mailto:tecnico@afepadi.org)

Se encarga del asesoramiento técnico a los asociados, así como de su formación a través de cursos de etiquetado, calidad alimentaria, legislación, etc. También gestiona y trata toda la información para asociados y representa a la Asociación en temas técnicos.



**HELENA NAVARRO**, Área de Comunicación

[comunicacion@afepadi.org](mailto:comunicacion@afepadi.org)

Se encarga de la comunicación interna y externa de la entidad a todos los niveles (mantenimiento de la web, notas de prensa, *newsletter*, redes sociales, infografías, dossieres, identidad visual, contacto con medios de comunicación, etc.) con el objetivo de incrementar la visibilidad de la asociación.

# Cómo trabajamos

## PROTOCOLOS DE FUNCIONAMIENTO

### Estatutos

---

de Afepadi

### Protocolo de participación

---

en Federaciones Nacionales e Internacionales.

### Libro Blanco

---

Compromiso de las empresas y la Asociación en el cumplimiento de la legislación vigente en la fabricación, distribución y comunicación para que los productos reúnan los requisitos de calidad y seguridad que el consumidor exige y merece.

### Autocontrol

---

Gracias al convenio firmado entre Afepadi y la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial se procura la corrección ética de la actividad publicitaria desarrollada por los miembros de nuestra Asociación.

### Comisión de Buenas Prácticas Comerciales

---

Fue creada en 2013 para controlar y corregir actuaciones prohibidas por la normativa vigente, a la vez que se favorece la protección de los intereses colectivos de los consumidores y se evita el deterioro de la imagen colectiva del sector.

### Guía de funcionamiento

---

de la Junta Directiva, Asamblea General y Comisiones Técnicas.



## COMISIONES TÉCNICAS



En 2020, Afepadi ha celebrado **dos reuniones de la Comisión Técnica**: la primera de ellas dividida en dos sesiones (20 y 21 de mayo) y la segunda el 24 de noviembre. Se organizaron mediante videoconferencia dada la emergencia sanitaria derivada de la COVID-19. Exclusivas para socios, en ambas jornadas se repasaron las últimas novedades legislativas y las tendencias a corto plazo, así como un seguimiento de los temas que actualmente preocupan al sector.

Entre los temas tratados destacan...

1

Etiquetado de productos

2

Aditivos

3

*Novel Foods*

4

Normativa sobre complementos alimenticios

5

Alimentos para control de peso

6

Alimentos para deportistas

7

Grupos de Trabajo

## FORMACIONES AFEPADI PARA ASOCIADOS

La formación es una de las apuestas firmes de la asociación por seguir informando y defendiendo el sector. Por ello **realizamos periódicamente formaciones sobre complementos alimenticios y alimentos para deportistas y control de peso, ya sea de manera virtual como presencial**, teniendo en cuenta la actualidad legislativa del sector y las necesidades de las empresas asociadas para el desempeño de sus labores diarias.

La iniciativa surge ante la compleja legislación vigente de la industria, y se suma a los objetivos de la asociación de asesorar a las empresas asociadas sobre cualquier tema que consideren .



**Escuchar las necesidades y conocer la opinión de los asociados también es un tema prioritario para la asociación.**

Tras cada formación las empresas asistentes reciben un cuestionario donde pueden valorar el curso realizado, así como proponer temas que les gustaría tratar en próximas sesiones formativas.



# Nuestras alianzas

## PERTENECEMOS A...

### ORGANIZACIONES ESPAÑOLAS



### ORGANIZACIONES EUROPEAS



### ORGANIZACIONES INTERNACIONALES

IADSA

International Alliance of Dietary/  
Food Supplement Associations

### FORMAMOS FEDERACIÓN CON



# Afepadi en cifras



97

Reuniones de trabajo



92

Empresas asociadas



+2200

Consultas atendidas



433

Certificados de  
libre venta



849

Publicaciones



28,5 mil

Usuarios



# Nuestros asociados

## PERFIL DE NUESTROS ASOCIADOS



**Productos:** complementos alimenticios y a base de plantas, alimentos para deportistas y control de peso, sin gluten y especiales para otras intolerancias.



**Pequeñas y medianas empresas (pymes) y grandes empresas** que cuentan con una unidad de negocio especializadas en el sector de los complementos alimenticios.



Todas las empresas operan en el **mercado español**.



**Canales de distribución:** tiendas de dietética, alimentación general, farmacias, parafarmacias y venta directa.

**4Life**

*Aboca*

**Actibios** el alimento es el tratamiento

**ALIFARM**  
LABORATORIOS

**Alternatur**

**amoros**  
nature technology

**ANGELINI**

**AYOLABS**

**BIOSEARCH**  
LIFE

**bioserum**  
laboratorios

**BONUSAN**  
living quality

**BRUDYTECHNOLOGY**

**Saniveri**

**catalysis**

**Lleo**  
productos naturales

**COBAPHARMA** **MASSÓ**

**nut|lab**  
NUTRICIÓN • INTEGRATIVA

**deretil**  
nature

**Drasanvi**

PRESENTACIÓN | LA ASOCIACIÓN | **QUIÉNES SOMOS** | COMUNICACIÓN Y RELACIÓN CON EL ASOCIADO

**ELADIET**  
vivir naturalmente

**EQUISALUD** Desde 1989

**ed**  
EXTRACTOS  
DERIVADOS

**FERRING**  
PRODUCTOS FARMACÉUTICOS

Holland & Barrett

**INTEGRALIA**

**HAUSMANN**  
AROMATIC

**HERBALIFE**  
NUTRITION

**herbora**  
NUTRICIÓN Y BIENESTAR

**Humana**  
para mamá y para mí

**Naturalfoods**

**MIMASA**  
ifigen

**IMCD**

**INDUSEN**

**cantabria labs**

**Instant Procés**

**INTERSA**

**Korott**

**Dr. GOYA** análisis

**LABORATORIOS**  
**BIO-DIS**

**ente**  
**MA**  
Laboratorios

**Genové**  
LABORATORIO

**LABORATOIRES**  
**JUVASANTÉ**

**LCN** LABORATORIO  
COMPLEMENTOS  
NUTRICIONALES  
La Micronutrición Inteligente

**PLANES**  
LABORATORIOS

**Salvat**

**Laboratorios Viñas**

**Lacer**

**LEHVOSS**  
Iberia

**Sura Vitasan** CANADA  
Licencia ISO 17022  
Laboratorio de Control de Calidad

**MARTINEZ NIETO, S.A.**  
HEALTH FOOD AND NATURAL BEAUTY SINCE 1968

**Monteloeder**  
Digital Nutraceuticals for you

**AURORA**  
INTELLIGENT NUTRITION

**Natac**  
Science to Market

**NATUREX**  
part of Givaudan

**NATUR**  
IMPORT

**NATURLIDER**  
Ser natural me sienta bien

**neovitalhealth**

**Nestlé** Good food, Good life

**novellet** **LABS**



8

Nuevas incorporaciones  
en 2020



92

Asociados en total  
en 2020





# COMUNICACIÓN Y RELACIÓN CON EL ASOCIADO



# Comunicación y relación con el asociado



En Afepadi nos adaptamos al **entorno cambiante de la comunicación** como consecuencia de la **evolución de las nuevas tecnologías y canales de información**.

La comunicación se ha convertido en un pilar esencial de la Asociación, llevamos años explicando abiertamente todo aquello que hacemos y pensamos. El valor que le damos a comunicar y escuchar siempre ha estado presente en nuestra actividad diaria. Creemos que, sólo así, podemos atender las demandas e inquietudes de los actores de nuestro sector para poder darles las respuestas que merecen. De ello depende la percepción que pueda tener el público sobre lo que hace la industria a la que representamos y, por tanto, nuestra proyección hacia el exterior. Nos **comunicamos de manera clara y veraz con nuestra audiencia**, tanto a nivel interno con el asociado como externo con el consumidor, medios de comunicación, instituciones, empresas, organismos públicos y administraciones.

En Afepadi informamos al socio, creamos noticias y apostamos por la comunicación digital.

## COMUNICACIÓN INTERNA: INFORMAMOS AL ASOCIADO

Mantener informado al socio de todas las novedades del sector, así como de las actividades que realizamos en la asociación, es una de las prioridades de Afepadi. Nuestra web corporativa ([www.afepadi.org](http://www.afepadi.org)) dispone de un Foro clasificado por categorías que contiene:

1

Toda la información generada por la asociación y que el asociado puede filtrar según sus intereses gracias a un **sistema personalizado**



786

Circulares

2

La **documentación** elaborada por las **Administraciones autonómicas, estatales, europeas e internacionales** de las que Afepadi es miembro.



12

*Newsletters*

3

Documentos de trabajo de las **Comisiones Técnicas**



179

Boletines

4

FAQS (preguntas frecuentes y respuestas)



167

Artículos propios



## COMUNICACIÓN EXTERNA: CREAMOS NOTICIA

Afepadi realiza de manera periódica reuniones regionales dirigidas a todas las empresas especializadas en el sector persiguiendo un doble objetivo:



**Dar a conocer la situación legislativa** de los complementos alimenticios en España y Europa, los retos y peligros a corto y medio plazo a los que se enfrenta el sector y las actuaciones que la industria está llevando a cabo.



**Conocer la realidad y las necesidades de las empresas de la zona**, así como las inquietudes que tengan alrededor de sus negocios.



## AFEPADI EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Durante 2020, Afepadi ha seguido colaborando con diferentes medios de comunicación a través de reportajes sobre complementos alimenticios y nutricosméticos. Entre las colaboraciones con estos medios se encuentra Revista Vida y Estética, Retail Actual, Tecnofood, Mi Herbolario y NutraSalud.

Asimismo, Afepadi ha desarrollado varias iniciativas en el sector que han sido objeto de noticia en los medios de comunicación:



### CÓMO COMBATIR EL ENVEJECIMIENTO DE LA PIEL POR CONTAMINACIÓN: LOS ANTIOXIDANTES

ESTÉTICA 24 JUNIO, 2020

Los niveles de contaminación a los que estamos expuestos, especialmente en las grandes ciudades, afectan de manera importante a nuestra salud. Se trata de una realidad que no es nada nueva para nosotros, pero en los últimos años la comunidad científica ha alertado de los efectos perjudiciales que la contaminación tiene sobre nuestra piel. Y es que la misma Organización Mundial de la Salud (OMS) define la contaminación como uno de los factores de riesgo ambiental para la salud y afirma que **nueve de cada diez personas** respiran aire contaminado.

La contaminación está formada por varios contaminantes primarios y secundarios, como partículas finas suspendidas en la atmósfera (nitratos, cenizas, polvos o sulfatos), metales pesados (hierro o cinc), gases nocivos (monóxido de carbono o de nitrógeno), compuestos orgánicos volátiles (hidrocarburos, disolventes) e incluso sustancias tóxicas que, aunque sean invisibles a nuestros ojos, se encuentran en el ambiente y de manera progresiva se van depositando en nuestra piel. Todas estas partículas en suspensión son sustancias contaminantes de diferente composición química con un tamaño 20 veces inferior que el de los poros de nuestra piel, por lo que penetran debilitando la barrera cutánea y produciendo un estrés oxidativo que inflama y altera las funciones celulares. Varios estudios han evidenciado la relación entre la contaminación y el estrés oxidativo.



SALUD

### Suplementos de levadura de arroz rojo para bajar el colesterol: ¿funcionan?

MARISOLA BÁEZ

Foto: Bigstock

VIERNES 24 DE ENERO DE 2020

8 MINUTOS

Sus buenas propiedades están confirmadas, pero sus posibles riesgos y contraindicaciones también



La Asociación de las Empresas de Dietéticos y Complementos Alimenticios (Afepadi) señala que este compuesto activo, presente de manera natural en la levadura de arroz rojo, tiene efectos similares a otros elementos que contienen los medicamentos generalmente recetados para bajar el colesterol, como la **lovestatina**.

### ¿Es un tratamiento seguro y recomendable?

El hecho de que los preparados a base de levadura roja se hayan convertido en los últimos años en la "panacea" frente a la hipercolesterolemia deriva del dictamen emitido por la **Agencia Europea de Seguridad Alimentaria (@EFSA\_EU)**. En 2013, esta señaló las propiedades saludables de la monacolina K presente en este alimento, a la hora de **controlar los niveles correctos de colesterol** en sangre, indicando que la ingesta de **10 mg, al día** ayudaría a mantenerlo en los índices normales.



### Los complementos alimenticios, apoyo a una nutrición de calidad

Los complementos alimenticios no se consideran medicamentos, sino alimentos. Y, por tanto, están regulados como tales. Además de registrarse por la normativa de alimentación general de la Unión Europea, también existe una norma específica europea, la Directiva 2002 /467CE. Y una española, el Real Decreto 1487/2009.

**"Los complementos alimenticios no se consideran medicamentos, sino alimentos. Y, por tanto, están regulados como tales"**

La trazabilidad es fundamental a la hora de garantizar la calidad y seguridad de estos productos. De hecho, según la **Asociación de las Empresas de Dietéticos y Complementos Alimenticios (Afepadi)** de la que Herbalife Nutrition forma parte, "un sistema de trazabilidad permite conocer todos los pasos por los que pasa un alimento, desde su etapa de producción a la de transformación y distribución; y seguirle el rastro hasta que llega a manos del consumidor".

# elEconomista.es

## Complementos alimenticios para afrontar el invierno

- *Los complementos alimenticios, formulados para paliar estados carenciales, no sustituyen a una dieta variada y equilibrada*
- *Está prohibido que estos productos se atribuyan la facultad de prevenir o tratar enfermedades*
- *Los toman uno de cada tres españoles*

Aunque el término correcto es "complemento alimenticio", también se conocen como "suplemento alimenticio" o "complemento nutricional", según Afepadi (Asociación de las Empresas de Dietéticos y Complementos Alimenticios), en donde explican que estos productos, que tienen un efecto beneficioso para el organismo, pueden incorporar vitaminas, minerales, aminoácidos, ácidos grasos esenciales, fibras y diversas plantas y extractos de hierbas. En la organización sectorial señalan que contribuyen a facilitar o ayudar al mantenimiento de una buena salud, siempre que se lleve una dieta variada y equilibrada, se siga actividad física regular y se observen las indicaciones del fabricante.

europa press

### FIAB elabora una guía de buenas prácticas de prevención del coronavirus para el pequeño comercio

MADRID, 13 Jul. (EUROPA PRESS) -

FIAB, en colaboración con las asociaciones AECafé, AETI, Afepadi, Aneabe, Bebidas Refrescantes, Asociación de Snacks, Asozumos, Cerveceros de España y Produce, han lanzado una guía de buenas prácticas de prevención del Covid-19 para reactivar la actividad del canal impulso español y apoyar las nuevas necesidades del pequeño comercio de alimentación y bebidas en el escenario de la "nueva normalidad".

En concreto, este manual recoge recomendaciones de carácter informativo, medidas de seguridad y protocolos de actuación para garantizar la protección tanto de propietarios de establecimientos y trabajadores, como de los clientes contra el coronavirus.

Noticia del: 22-09-2020

### El consumo de complementos alimenticios a base de plantas, al alza

Según un informe del American Botanical Council (ABC) estos complementos han experimentado un fuerte crecimiento durante la última década, con un aumento en las ventas del 8,6% en 2019.

A pesar de una ligera caída con respecto al año anterior, se trata de un mercado que ha registrado un crecimiento destacado todos los años desde 2004, de acuerdo con los informes realizados por el ABC. Expertos en el sector consideran que, en general, esta tendencia al alza muestra el interés de los consumidores a la hora de incorporar estos productos en su dieta y por ende, permite que las empresas del sector puedan adaptarse a las necesidades emergentes.



**RETAILACTUAL**

PUNTO DE VISTA

**Complementos alimenticios: llega un consumidor más preocupado por su salud y un nuevo estilo de vida**

por Camil Rodiño

**A** pesar de que actualmente la industria alimentaria y de bebidas se sitúa como primer sector industrial de España, ha pasado por muchos lamentos más positivos que otros. Tras un momento pronunciado por la crisis del 2008, el sector se ha ido recuperando, llegando a niveles de producción anteriores a esta y ha mejorado a un ritmo histórico considerable, entre otros, por la renovación

Los complementos gozan de buena salud aunque han mostrado una tendencia creciente más marcada en aquellos países que tienen una mejor regulación en este campo.

NS NutraSalud

### Las empresas de complementos alimenticios demandan uniformizar los trámites administrativos requeridos

por Retail Actual 21 de octubre, 2020 Empresas 0 Comments SHARE

< Volver

**Empresas fabricantes y distribuidoras de complementos alimenticios de País Vasco, Navarra, Cantabria y La Rioja** han participado en la reunión virtual que la **Asociación de las Empresas de Dietéticos y Complementos Alimenticios (Afepadi)**.

Compañías dedicadas a los complementos alimenticios de la zona del País Vasco, Navarra, Cantabria y La Rioja se han reunido virtualmente para abordar la situación actual que atraviesa el sector a nivel local. Además de intercambiar opiniones, el encuentro organizado por la **Asociación de las Empresas de Dietéticos y Complementos Alimenticios (Afepadi)** ha permitido a los asistentes conocer al detalle la situación **normativa de los complementos alimenticios en España y Europa**, los retos y peligros a corto y medio plazo a los que se enfrenta el sector y las actuaciones que la industria está llevando a cabo.

## LA COMUNICACIÓN DIGITAL DE LA ASOCIACIÓN

Afepadi concibe la comunicación digital como la herramienta más importante a la hora de compartir información y mensajes de una manera mucho más rápida y efectiva.

1

### Nuestras webs



Información sobre legislación y tendencias del sector, cursos de formación realizados desde la asociación y noticias sobre alianzas establecidas con otras entidades.



*Objetivo:* ser una fuente de información y consulta para las empresas del sector.

**145.017**

visitas a la página  
en 2020

**28.721**

usuarios

**3,82**

páginas/sesión

**36.833**

sesiones



### www.complementosalimenticios.info

Información específica sobre los complementos alimenticios y los ingredientes utilizados.



*Objetivo:* adquirir mayor conocimiento de determinados ingredientes, divulgar las últimas investigaciones científicas sobre micronutrientes y nutrientes y sus beneficios ante determinados problemas de salud. También promovemos la "Guía de Buenas Prácticas de Fabricación y Distribución de Complementos Alimenticios".

# 2

## Nuestras redes sociales

Las redes sociales han continuado siendo importantes ventanas *online* y por las que la asociación ha apostado firmemente. La evolución y el crecimiento obtenidos en estos canales a lo largo de este año ratifican esta apuesta. A continuación, presentamos las redes en las que estamos presentes y su incremento con respecto el año anterior.



**+ 18%**  
seguidores

Usuario:  
*@afepadi*

**+ 292%**  
impresiones

**+ 292%**  
Usuarios  
únicos



**+ 10,8**  
seguidores

Usuario:  
*@afepadi*

**+ 7,8%**  
impresiones

**+ 5,1%**  
Visitas  
al perfil



**+ 18,7%**  
"Me gusta" a  
la página

Usuario:  
*Afepadi*

**+140%**  
alcance

**+ 2,4%**  
Visitas  
a la página



**+ 57,7%**  
seguidores

Usuario:  
*Afepadi*

**+103%**  
alcance

**+ 36,7%**  
"Me gusta"

# 3

## Noticias de Afepadi.org

**Niveles máximos de vitaminas y minerales en los complementos alimenticios**



**La importancia de la nutrición: ¿cuál es su papel en el rendimiento laboral del trabajador?**



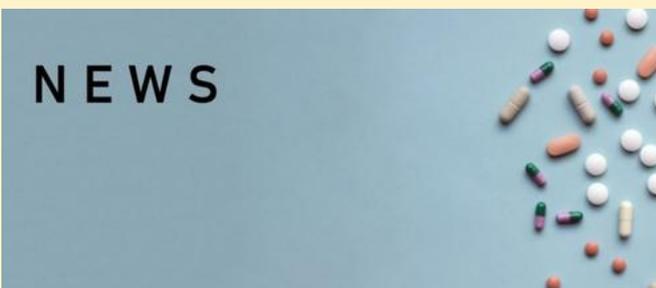
**Afepadi organiza un curso sobre el correcto etiquetado de los probióticos**



**El consumo de complementos alimenticios a base de plantas, al alza**



**Más de 90 asistentes se actualizan sobre las últimas novedades en el etiquetado, presentación y publicidad de los alimentos**



**La armonización de los perfiles nutricionales y las declaraciones 'on hold' sigue a la espera de resolución**



**Novedades legislativas y técnicas sobre complementos alimenticios en la Comisión Técnica de Afepadi**



**La asociación internacional del sector de complementos alimenticios lanza una campaña sobre el efecto nocivo de la luz azul en la salud ocular**

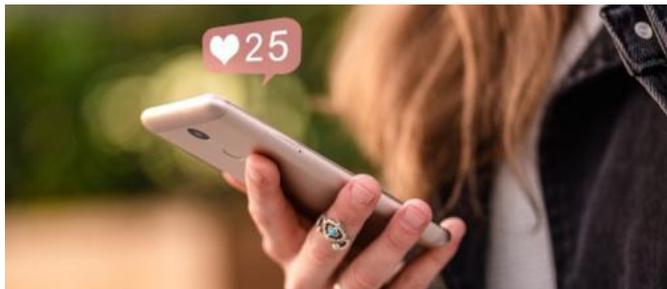


**Afepadi organiza una Comisión Técnica específica sobre la curcumina ante la evaluación de su riesgo por parte de la AESAN**



**Nueva Guía de Buenas Prácticas de Prevención del COVID-19 para el pequeño comercio de alimentación y bebidas**

**¿Cómo gestionar debidamente la comunicación de una empresa de complementos alimenticios con *influencers*?**



**La asociación internacional del sector de complementos alimenticios presenta su estrategia para los próximos cinco años**



**Los niños españoles presentan deficiencias de micronutrientes por los cambios en los patrones dietéticos de los últimos años**



**Avances en los métodos para identificar compuestos bioactivos en extractos de plantas**



**Elevada participación en el curso online sobre comunicación comercial realizado por Afepadi**



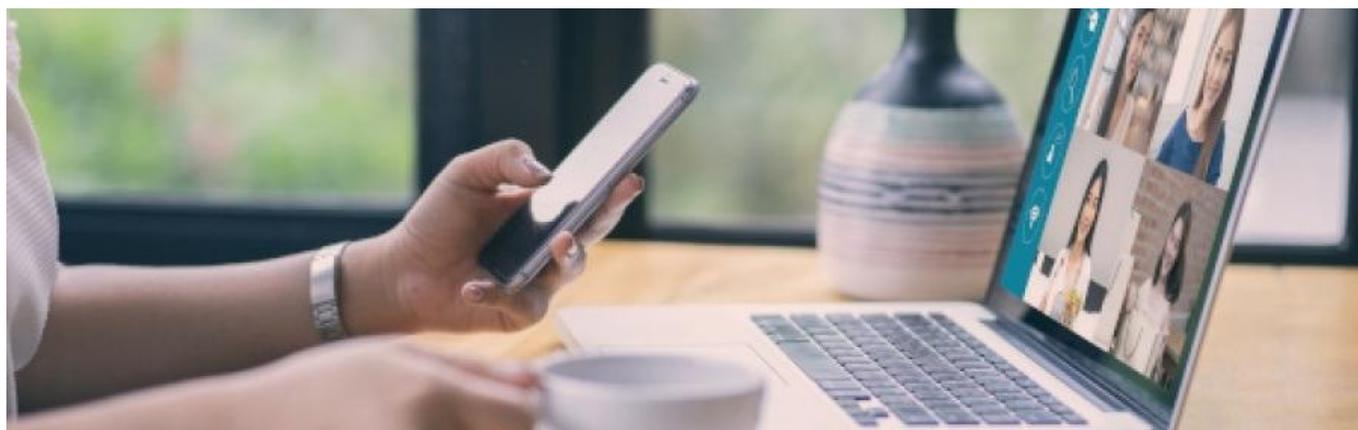
**¿Cómo se adapta la nutrición deportiva a los nuevos hábitos de deporte de la población?**



**Afepadi analiza al detalle los posibles efectos del Brexit en el sector de los complementos alimenticios**



**Afepadi reunirá virtualmente a las empresas de complementos alimenticios del País Vasco, Navarra, Cantabria y la Rioja**



**Día Mundial de la Calidad: la importancia del asociacionismo para cumplir los retos de sostenibilidad del sector alimentario**



**El futuro de la nutrición personalizada... ¿una oportunidad o un reto?**



**El consumo de complementos alimenticios para controlar el estrés aumenta un 35% en un año**



**Vitafoods cierra con éxito una nueva edición, organizada por primera vez de manera virtual**



## La Guía CE sobre tolerancias y reglas de redondeo, tema central de la próxima sesión formativa de Afepadi



Las necesidades nutricionales de los eSports, similares a las de deportes tradicionales

Inmunidad y sostenibilidad, temas centrales de la edición *Fi Europe Connect 2020*



# 4

Noticias de ComplementosAlimenticios.org

**Una deficiencia de vitamina B6 reduce nuestras defensas**



**El consumo de Omega-3, ¿también efectivo tras haber sufrido un infarto?**



**Entre las propiedades de la equinácea, su poder antiinflamatorio y antiviral**



**¿Qué beneficios nos aporta el magnesio?**



**Niveles insuficientes de vitamina D, asociados a un mayor riesgo de discapacidad en personas mayores**



**¿Cómo contribuye el selenio a mejorar las defensas de nuestro cuerpo?**



**La deficiencia de hierro durante la infancia puede condicionar la efectividad de las vacunas**



**Una ingesta adecuada de vitaminas A, E y D puede ayudar a prevenir infecciones respiratorias**



**El calcio, el fósforo, el magnesio y la vitamina D, principales nutrientes que les falta a la población infantil**



**El propóleo, buen aliado para tratar los síntomas de infecciones leves del tracto respiratorio superior**



**La composición de la microbiota intestinal, clave para tratar la sarcopenia y la obesidad en personas mayores**



**¿Qué nutrientes nos pueden ayudar a reforzar el sistema inmune y prevenir resfriados?**



**Los complementos a base de hidroxitirosol, buenos aliados para ayudar a regular los niveles de colesterol**



**El extracto de aronia y sus potenciales beneficios en la psicomotricidad**



**Los complementos de creatina, L-arginina y L-leucina podrían aumentar el gasto energético en los ejercicios de alta intensidad**



**El extracto de hoja de mango, nuevo ingrediente para mejorar el rendimiento cognitivo**



**La suplementación con proteína de suero de leche aumenta los biomarcadores de vitamina B12**



**El consumo de estilbenos y los flavonoides, asociado a una menor tasa de obesidad y una mejor salud intestinal**



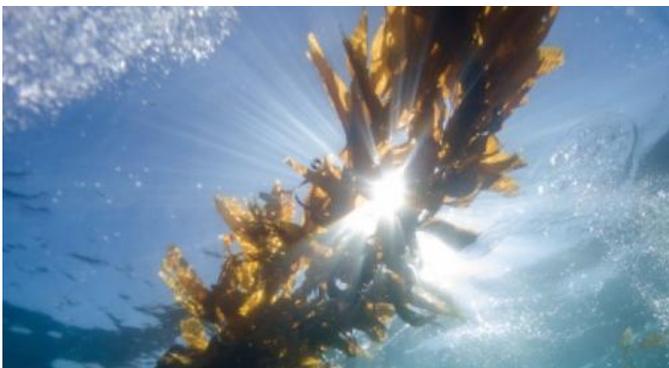
**La curcumina ayuda a mejorar el estado de ánimo y la memoria de trabajo**



**Los complementos alimenticios que no deben faltar durante las vacaciones**



**¿Conoces el kelp y los beneficios que nos aporta esta alga?**



**La vitamina K2 puede reducir la severidad de la osteoporosis durante la menopausia**







