



Nota de prensa

## **McDonald's refuerza su compromiso con la nutrición infantil y las familias**

- **Con el fin de asegurar que los menús infantiles Happy Meal cumplen con una serie de criterios de nutrición con menos calorías, sal, grasas saturadas y azúcares añadidos.**
- **McDonald's España ha sido pionera en su sector introduciendo frutas y verduras en el menú infantil, además de haber implementado ya muchos de estos criterios.**
- **La Fundación Española de la Nutrición impulsa iniciativas como esta que contribuyen a mejorar los hábitos de nutrición de la sociedad española.**

**Madrid, 15 de febrero de 2018.-** McDonald's ha anunciado hoy una serie de importantes compromisos globales en materia de nutrición infantil. Para 2022, la compañía establece un compromiso global con las familias e introduce una serie de cambios en su menú Happy Meal y en sus prácticas de marketing en 120 mercados. Esta iniciativa convierte a McDonald's en la primera gran compañía de restauración en dirigir sus esfuerzos a facilitar a los consumidores la toma de decisiones informadas y promover el incremento del consumo de fruta, verdura, proteínas, lácteos y agua.

En 2013, McDonald's comenzó a trabajar con la Alliance for a Healthier Generation para desarrollar un plan integral en los principales 20 mercados en los que opera. Dicho plan, nació con el objetivo de fomentar el consumo de frutas, verduras, productos lácteos y agua. Dentro del marco de esta colaboración, McDonald's da un paso más allá con el anuncio de cinco nuevos compromisos para la mejora del Happy Meal en el 2022:

1. Ofrecer un menú equilibrado: asegurar que más del 50% de las combinaciones del Happy Meal cumplen con los criterios globales de nutrición de la compañía:
  - ≤ 600 calorías
  - ≤ 10% de las calorías provengan de las grasas saturadas
  - ≤ 650 mg de sodio
  - ≤ 10% de las calorías provengan de azúcares añadidos

Actualmente, el 28% de las comidas que se ofrecen en los menús Happy Meal en los 20 principales mercados, entre los que se encuentra España, ya cumplen con estos criterios nutricionales.

2. Simplificar ingredientes: Asegurar que todos los productos del Happy Meal están libres de aromas y colorantes artificiales, y reducir los conservantes artificiales donde sea posible sin sacrificar el sabor, la calidad o la seguridad de los alimentos.
3. Transparencia: Informar de manera transparente sobre los valores nutricionales del Happy Meal en los canales de comunicación de McDonald's, incluyendo las apps y webs.
4. Marketing responsable: Realizar prácticas responsables de comunicación y promoción de los productos dirigidos a públicos infantiles usando los criterios de nutrición

establecidos a nivel local o los criterios globales de nutrición de McDonald's, donde no existe regulación local.

5. Fomentar el consumo de frutas, verduras, productos lácteos, cereales integrales, proteínas y / o agua en el Happy Meal implementando tácticas innovadoras de comunicación y marketing con el uso de las nuevas tecnologías.

Actualmente, el 28% de las comidas que se ofrecen en los menús Happy Meal en los 20 principales mercados, entre los que se encuentra España, ya cumplen con estos criterios nutricionales. Esta iniciativa es una muestra más del compromiso que la compañía mantiene con los millones de familias que visitan cada día sus restaurantes en todo el mundo.

En palabras de Steve Easterbrook, Presidente y CEO de McDonald's, "como uno de los restaurantes más visitados en el mundo, tenemos la oportunidad de apoyar a las familias a través de nuestro compromiso con el valor nutricional de nuestros productos, el fomento de la lectura y a través de la Fundación Infantil Ronald McDonald, manteniendo a las familias cerca". Nuestra dimensión y alcance como compañía nos va a permitir ofrecer a los consumidores más oportunidades y beneficios únicos a miles de familias. Pasos importantes en nuestra estrategia hacia un McDonald's Mejor.

### **España, a la cabeza en el cumplimiento de estos compromisos**

McDonald's España, se encuentra entre los primeros países en cuanto a nivel de cumplimiento actual de los compromisos anunciados. En los restaurantes españoles, el 56% de las combinaciones de Happy Meal cumplirán con los criterios globales de nutrición anunciados a partir de abril de 2018. Además, el 100% de dichas combinaciones cuenta con, al menos, dos de los grupos de alimentos recomendados: frutas, verduras, lácteos, cereales integrales, proteína y / o agua. Asimismo, todos los productos del Happy Meal que se sirven en España están libres de aromas o colorantes artificiales.

En España, desde el año 2005, McDonald's tiene a disposición de los consumidores toda la información nutricional tanto en los restaurantes, como en la Web y en la App. En materia de marketing responsable, desde 2012, McDonald's tiene un firme compromiso en materia de autorregulación con la adhesión al Código PAOS y a la estrategia NAOS desde 2012, además de pertenecer y cumplir el código de Autocontrol.

"El 33% de las visitas que reciben nuestros restaurantes en todo el mundo son familias, explica Natalia Mota, Directora Compras, Calidad y Medio Ambiente en McDonald's España, este hecho supone una gran responsabilidad, pero también una gran oportunidad para promover hábitos de vida saludables, a través una alimentación variada, equilibrada y moderada, y la práctica de ejercicio físico, sobre todo entre los más pequeños".

Actualmente, McDonald's España, a través de Marcas de Restauración, se encuentra entre las empresas que apoyan el Plan de Colaboración para la Mejora de los Alimentos y Bebidas 2017-2020 presentado por la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN) y que tiene como objetivo la reducción de grasas, azúcares y sal. Además, la compañía sigue impulsando las directrices recogidas tanto en la Estrategia Global sobre Dieta, Actividad Física y Salud de la Organización Mundial de la Salud como en la Estrategia NAOS para la prevención de la obesidad y el sobrepeso, liderada por el Ministerio de Sanidad aquí en España.

En este sentido, desde la Fundación Española de la Nutrición, de la que McDonald's España es miembro promotor, Teresa Valero Gaspar, Directora de Información y Divulgación Científica ha señalado que "en la Fundación Española de la Nutrición trabajamos con el objetivo fundamental de mejorar la nutrición de los españoles. Por ello, damos la bienvenida a este tipo de iniciativas

que contribuyen a dicho objetivo, y que responden a las demandas y necesidades del consumidor en esta materia". Valero añadió que: "Nos parece una buena iniciativa que esta compañía tenga un compromiso presente y futuro en cuanto a la reducción de determinados nutrientes y/o sustancias como son las grasas saturadas, la sal y los azúcares añadidos, en los productos que forman parte del menú infantil. Por ello, se pueden incluir de manera ocasional en la alimentación del niño, en el marco de una alimentación variada, moderada, equilibrada, sostenible y sociable, junto con la práctica de actividad física diaria".

### **Un compromiso de décadas**

En 2003, McDonald's España fue uno de los países europeos pioneros en el lanzamiento del modelo Happy Meal Choice que facilita a los padres la composición del menú infantil, eligiendo entre diferentes opciones de producto principal, complementos, postres y bebidas. Los productos del menú infantil se revisan y renuevan continuamente incluyendo más opciones de frutas y verduras. En 2006 se incorporó la bolsa de gajos de manzana fresca, y en 2007, los tomates Cherries.

En 2011, la compañía lanzó una oferta nueva del menú Happy Meal en la que la mitad de los postres eran frutas, y la mitad de los complementos, verduras, introduciendo los palitos de zanahorias, barritas de piña natural y proteínas de pescado.

Otro gran avance ese mismo año fue la introducción de productos adaptados a las necesidades de ciertos colectivos, como, por ejemplo, el pan sin gluten para celíacos, con el sello de la Federación de Asociaciones de Celíacos de España (FACE).

Asimismo, McDonald's promueve el ejercicio físico de los niños en sus restaurantes mediante espacios infantiles de juego como Ronald Gym Club y Gym&Fun, equipados con bicicletas estáticas, canastas de baloncesto y otros juegos innovadores que ayudan a mantener la actividad física entre los más pequeños de forma divertida. En España, cuenta actualmente con 120 instalaciones de este tipo.

### **Sobre McDonald's España**

McDonald's es la compañía líder en el sector de la restauración en España. Desde hace más de 36 años mantiene un firme compromiso con el país donde cuenta con más de 500 establecimientos en todo el territorio nacional que emplean a alrededor de 24.000 personas. Su apuesta por el mercado español es una de sus señas de identidad ya que toda su oferta de productos está elaborada con ingredientes de la más alta calidad y con materias primas suministradas en su mayoría por proveedores españoles. La prioridad de McDonald's España es abastecerse de materias primas principalmente de origen nacional. El 72% del volumen de compra procede de proveedores, empresas agroalimentarias españolas o con sede en nuestro país.

**McDonald's España: 91.566.41.00**

[Comunicación.mcdonalds@es.mcd.com](mailto:Comunicación.mcdonalds@es.mcd.com)

**LLORENTE & CUENCA: 91.563.77.22**

Paloma Olarieta  
[polarieta@llorenteycuenca.com](mailto:polarieta@llorenteycuenca.com)

Lucía Checa  
[lcheca@llorenteycuenca.com](mailto:lcheca@llorenteycuenca.com)