

Las dos caras de la filantropía: el costo de las donaciones de productos ultraprocesados

Por: Kennia Velázquez, Elena Miranda. 18/12/2024

La industria global de alimentos ultraprocesados dona productos que luego son distribuidos entre personas en situación de inseguridad alimentaria, que presentan elevados riesgos de obesidad y diabetes. Pero una parte importante de estas donaciones son alimentos con altos contenidos de azúcar y poco valor nutricional. Las compañías promueven estas acciones como parte de sus políticas de responsabilidad social, pero expertos en salud y estudios científicos alertan que se trata de estrategias de publicidad. La Red Investigativa Transfronteriza de OjoPúblico analizó estas prácticas en México, Brasil, Colombia y Perú.

María, una mujer indígena del pueblo Otomí de México, recibe cada mes una ración de cereales azucarados y leche en caja para sus hijos. Dice que los cereales solo los consume cuando se los regalan, porque ella prefiere que sus hijos consuman “lo natural, lo que cultivamos, tengo un pequeño invernadero con zanahorias, calabaza, brócoli, acelga”. Los productos que ella y otros miembros de su comunidad reciben son donados por la compañía multinacional Kellogg’s, como parte de su programa de responsabilidad social corporativa.

Una investigación de la Red Investigativa Transfronteriza de **OjoPúblico**, en alianza con PopLab, identificó –como resultado del análisis de 39 programas de responsabilidad social de las empresas más importantes de la industria de ultraprocesados y bebidas en América Latina– que en México, Perú, Colombia y Brasil una parte importante de las donaciones dirigidas a población vulnerable tienen muy bajo valor nutricional: están compuestas de cereales azucarados, golosinas, bebidas azucaradas y otros similares.

Estas donaciones son canalizadas a través de los Bancos de Alimentos, organizaciones sin fines de lucro que recolectan alimentos para distribuirlos en poblaciones de alta vulnerabilidad alimentaria por los elevados riesgos a enfermedades no transmisibles como diabetes.

Entre los años 2021 y 2023 la industria de alimentos en la región donó en Colombia

más de 35 mil toneladas de productos (la que más donan son Postobón, Alpina, Nutresa; Alquería, Aje); en México entregaron 67,2 millones de productos (Pepsico, Kellogg's, Danone, Mondelez, Unilever, Nestlé y Coca Cola son las más importantes); en [Brasil](#) los principales donantes son Nestlé, Bimbo y Burguer King; y en Perú, el banco de alimentos local tiene de aliados a empresas como Oxxo, Mondelez o PepsiCo.

Por lo general, las donaciones no incluyen alimentos como menestras, carnes o alimentos de alto contenido nutricional.

Por lo general, las donaciones que estos bancos reciben no incluyen alimentos como menestras, carnes o alimentos de alto contenido nutricional. Por eso, algunos bancos de alimentos, deben complementar estas donaciones con la compra de otros insumos y con alianzas con agricultores.

En Perú, la lideresa Abilia Ramos, presidenta de la Red de Ollas Comunes del distrito San Juan de Lurigancho –uno de los más pobres de la capital– relata que como parte de las donaciones les han entregado bebidas azucaradas como gaseosas y otros productos ultraprocesados.

“Si es de su voluntad, decirle a los empresarios: no nos compren gaseosas, lo que necesitamos es alimentos que tengan proteínas”, señala la dirigente de estas organizaciones que preparan sus alimentos conjuntamente para garantizar que toda la comunidad acceda a alimentos.

Un [estudio](#) sobre las ollas comunes en Perú, publicado en la revista Debate Agrario en 2024, relata el caso de una de las organizaciones que durante la pandemia (entre el 2020 y 2021) recibió donaciones de un supermercado, como verduras y frutas frescas y abarrotes, pero que desde 2022 esta situación cambio y que ahora recibe golosinas, alimentos procesados y muy pocos abarrotes.

“Me dan más dulces, lo que me entregan ahora es más chocolate, mucho chocolate a veces, e incluso me dan botes de manjar. O sea, sí está bueno, pero no es un alimento para la gente. No es lo que la gente necesita. Montón de veces me dan caramelo, chicle, galleta. Esto no es lo que va a cocinar la gente”, dice una de las mujeres entrevistadas por la investigadora [Gabriela Rengifo](#).

<https://datawrapper.dwcdn.net/h7fKF/2>

Publicidad con cara de Responsabilidad Social

Diversas investigaciones científicas señalan que estas donaciones, realizadas a través de Bancos de Alimentos como parte de las acciones de responsabilidad social de la industria, constituyen en realidad estrategias publicitarias. “Son un mecanismo para crear una intención más fuerte de comprar”, indican los autores del [estudio](#) Revisión sobre las prácticas de mercado y políticas de las corporaciones alimentarias transnacionales y respuestas de salud pública, publicado en 2021.

El investigador del Instituto Nacional de Salud Pública en México, Simón Barquera, señala que es necesario que los productos donados no hagan daño a la salud, pues en “los lugares más pobres, como sucede en México, hay enfermedades crónicas, hay obesidad y hay deficiencias de micronutrientos”.

El especialista considera necesario que las autoridades establezcan mejores criterios para estas donaciones, priorizando alimentos ricos en nutrientes, y que no sea la industria quien los defina.

El [estudio](#) sobre las prácticas de las corporaciones de alimentos publicado en el International Journal of Health Policy and Management plantea que el consumo de alimentos ultraprocesados se ha estancado en los países de ingresos altos, [mientras](#) que en países de ingresos medianos y bajos han aumentado sus ventas.

Según esta investigación, las grandes empresas están aprovechando este crecimiento en mercados emergentes a través del impulso de acciones de responsabilidad social, “como una estrategia valiosa para ayudar a reducir los costos de transacción cuando las instituciones que apoyan al mercado están ausentes o son débiles, al tiempo que aumenta la inversión y las ventas futuras”.

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y la Organización Mundial de la Salud (OMS), [recomienda](#) evitar el consumo de alimentos con altos contenidos de grasas saturadas y azúcares libres (procesados y ultraprocesados).

Con este fin y ante el aumento de enfermedades relacionadas a la mala

alimentación, en los últimos años en México, Perú, Colombia y Brasil se han promulgado leyes contra la venta de comida chatarra en las escuelas, regulado la publicidad de estos productos ultraprocesados e impulsado etiquetados con el objetivo de proteger la salud de la población, especialmente de la infancia.

Me dan más dulces, lo que me entregan ahora es más chocolate, mucho chocolate a veces”, dice una beneficiaria.

Al mismo tiempo, la industria ha acentuado su influencia a través de la donación de productos ultraprocesados a través de los bancos de alimentos en diferentes países.

La Red Global de Bancos de Alimentos reúne a 50 organizaciones en 45 países y recibe [apoyo](#) de bancos, empresas, fundaciones y compañías relacionadas con la industria alimentaria como Kellogg’s, General Mills y Herbalife, quienes han donado como parte de su estrategia de responsabilidad social 651 mil toneladas de productos en todo el mundo, reportan en su [informe 2023](#).

México, Colombia, Perú y Brasil concentran el 37% de todo lo donado ese año en el mundo (más de 245 mil toneladas). La población a la que va dirigida estos productos lo constituyen en más de la tercera parte los niños.

<https://datawrapper.dwcdn.net/o3ST1/1>

Una de las compañías que más productos ha donado en Brasil y México es la estadounidense Kellogg ‘s. La empresa sostiene en sus informes públicos que esta acción forma parte de sus compromisos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible “para lograr la seguridad alimentaria y mejorar la nutrición”.

Kellogg ‘s también es uno de los principales donantes de ultraprocesados en Brasil, que tiene 95 bancos de alimentos agrupados en [Sesc Mesa Brasil](#).

En el mundo, las empresas de alimentos procesados que más donan –[según el reporte anual](#) de la Red Global de Bancos de Alimentos– son Coca Cola, Nestlé, Pepsico, Carrefour, General Mills, Grupo Bimbo, Kellogg ‘s, McDonald’s, Mondelez, Starbucks, Unilever y Walmart.

Ultraprocesados en la población más vulnerable

En Perú, el Banco de Alimentos, una organización civil sin fines de lucro, es uno de los principales intermediarios entre las empresas que realizan las donaciones y los beneficiarios, como albergues infantiles, asilos de adultos mayores, colegios, hospitales, comedores y otras poblaciones en condición de pobreza.

Esta institución señala que, desde que se creó en 2014, han enviado estos productos a más de un millón de personas en 19 regiones del país, y que su red de beneficiarios está conformada por 900 organizaciones sociales y comunidades.

El investigador mexicano Simón Barquera, uno de los expertos más reconocidos en temas de alimentación saludable y presidente de la Federación Mundial de Obesidad, explica que las empresas “enfocan [sus campañas de marketing] en las infancias, porque saben que los niños, además de tener mucha influencia en las decisiones de compra de sus casas, también se vuelven clientes cautivos”, sostiene.

Un ejemplo de cómo las empresas de ultraprocesados amplían su influencia hacia la niñez es a través de las donaciones que realizan. En Perú, [la compañía Backus y Johnston](#) –del grupo AB Inbev, multinacional con sede en Bélgica, que produce cervezas y bebidas no alcohólicas– suele entregar donaciones a niños y adultos mayores de los Centros de Atención Residencial del Programa Integral Nacional para el Bienestar Familiar (Inabif).

La última donación de marzo de 2024 fueron 2.010 unidades de bebida, el 78% de estas correspondió a bebidas azucaradas (gaseosas).

La Organización Mundial de la Salud (OMS) recomienda que los adultos no consuman más de 30 gramos de cucharaditas de azúcar por día. Un solo vaso de 200 mililitros de gaseosa o jugo envasado contiene 5 cucharaditas de azúcar.

Simón Barquera, que también es director del Centro de Investigación en Nutrición y Salud en el Instituto Nacional de Salud Pública en México, alerta que la “región de las Américas y particularmente Latinoamérica es una de las zonas donde se prevén los más importantes incrementos en obesidad en los próximos años y donde más

porcentaje de la población tiene sobrepeso y obesidad en general”.

Simón Barquera, presidente de la Federación Mundial de Obesidad, explica que las empresas “enfocan [sus campañas] en las infancias.

El Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (Unicef) reporta que Latinoamérica [ha atravesado](#) una “transición nutricional”, es decir, que “han cambiado las dietas tradicionales ricas en frutas y vegetales y bajos en productos animales por una dieta rica en energía y pobre en nutrientes compuesta de carbohidratos refinados, alto consumo de grasas y alimentos procesados”.

En ese [reporte](#) de 2019, Unicef explica que esto se debe a la rápida expansión de tiendas de autoservicio en la región, que llevan dietas baratas y en su mayoría poco saludables. Han denominado a estos espacios “entornos obesógenos”, porque promueven el consumo de productos de baja calidad nutricional.

Esta situación genera, según Simón Barquera, un doble impacto: tener al mismo tiempo un gran número de personas con obesidad y otra con desnutrición.

En [América Latina y el Caribe](#) hay 5,7 millones de niños y niñas menores de 5 años con retraso en el crecimiento, mientras que el 8,6% de esa población está afectada por sobrepeso. En 10 años en la región disminuyó la desnutrición; sin embargo, el sobrepeso ha aumentado en este sector de la población de niveles medios y altos.

Las 10 principales empresas de comida y bebida de todo el mundo [controlan](#) el 80% de los productos vendidos en las tiendas, con ganancias anuales que superan los USD 100 mil millones. El 75% de sus ingresos [proviene](#) de los productos ultraprocesados.

Consultado sobre las donaciones de alimentos ultraprocesados, Juan Carlos Buitrago, director ejecutivo del Banco de Alimentos de Colombia (ABACO), señaló que la política pública de seguridad alimentaria debe ir evolucionando. “Hay países con bancos de alimentos en el mundo que ya se dan el lujo de solo rescatar alimentos del campo, frutas y verduras; pero en esos países no hay inseguridad alimentaria, no hay muertes por desnutrición, son países desarrollados”, declaró.

Buitrago también mencionó que solo en el caso de Colombia, 4,2 millones de personas no completan las calorías que necesitan al día.

La influencia de la industria

Las acciones para reducir el consumo de los alimentos ultraprocesados en las poblaciones más vulnerables de México, Perú, Colombia, Brasil y otros países de Latinoamérica marchan a paso lento.

La nutricionista brasileña Ana Paula Bortoletto, del Núcleo de investigación de Epidemiologías en Nutrición y Salud de la Universidad de Sao Paulo, explica que la aprobación de políticas en la región ha tomado mucho tiempo y esfuerzo por la interferencia de la industria.

“Una de las estrategias [de la industria de alimentos ultraprocesados] es organizar grupos de incidencia política, como asociaciones comerciales, para tener relación directa con tomadores de decisión en las agencias reguladoras, instituciones de salud y grupos de trabajo. Esas organizaciones representan los intereses, posiciones técnicas y políticas de las grandes corporaciones sin que sus nombres estén directamente involucrados”, afirma Bortoletto.

México y Argentina tienen las experiencias más exitosas en la regulación de ultraprocesados, según Bortoletto, debido al fuerte paquete de medidas regulatorias aprobadas, como el etiquetado nutricional, las restricciones de publicidad y de oferta en las escuelas y la reglamentación para identificar los alimentos no saludables, y al mayor impacto en la salud pública.

La nutricionista es crítica con su país pues considera que Brasil ha avanzado con las guías alimentarias, que recomiendan evitar el consumo de estos alimentos, y la promoción de la alimentación saludable en las escuelas, pero no con el etiquetado de estos productos porque, para indicar las cantidades altas, medias o bajas de azúcares, sal y grasas usa el sistema de semáforo nutricional (colores rojo, amarillo y verde) y no el modelo octogonal, que los expertos consideran más efectivo y que sí se ha implementado en Perú, Colombia y México.

Una opinión similar tiene Mirko Lázaro, nutricionista del Instituto Nacional de Salud de Perú. Reconoce que las disposiciones normativas del Estado peruano, como la

Ley de Promoción de la Alimentación Saludable para Niños, Niñas y Adolescentes, las guías alimentarias y el impuesto a las bebidas azucaradas, han tenido impacto en la industria de ultraprocesados, pero considera que aún falta mucho por hacer.

“Las empresas han disminuido el contenido de azúcar, sodio, grasas saturadas en muchos de sus productos, sin embargo, debemos seguir mejorando la educación nutricional entre la población, en especial la más vulnerable, como niños y adolescentes”, afirma Lázaro.

Además del avance de las políticas regulatorias, Bortoletto destaca la creciente articulación entre los países de Latinoamérica para el intercambio de experiencias, de información y de lecciones aprendidas.

“Esta colaboración regional es muy importante para garantizar más políticas públicas efectivas y minimizar los conflictos de interés y la interferencia de la industria de ultraprocesados”, dice la nutricionista brasileña.

Por su parte, Lázaro propone mejorar la articulación interna entre los sectores de salud, educación y agricultura de cada país, con el fin de promover el consumo de alimentos naturales o mínimamente procesados y evitar los ultraprocesados.

Desde Colombia, Lorena Ibarra, de la organización The Global Health Advocate Incubator, advierte que cuando las empresas no logran frenar el avance de políticas que restringen el consumo de sus productos no saludables, buscan debilitarla.

“La industria crea estándares alternativos de políticas. Si no hay expertise de la sociedad civil y de las organizaciones académicas libres de conflicto de interés de los gobiernos, se pueden adoptar medidas que son inútiles para proteger la salud y muy funcionales para la industria”, advierte Ibarra.

En 2023, un proyecto de ley presentado por congresistas del partido Alianza Verde buscaba prohibir la donación de diez alimentos ultraprocesados (chocolate de mesa, avena en hojuelas, cuajada, yogur griego, trozos de pollo marinado, pan tajado, jamón, chorizo, compota y jugos envasados), pero la iniciativa no prosperó debido a los cuestionamientos de un sector de la industria y del Banco de Alimentos.

Las [cifras oficiales al 2022](#) señalan que en América Latina y el Caribe, 133,4 millones de personas no tienen acceso a una dieta saludable. El [informe](#) Panorama Regional de la Seguridad Alimentaria y la Nutrición 2023, realizado por la

Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y agricultura (FAO) detalla que el costo promedio de una dieta saludable a nivel mundial es de 3,96 dólares por persona al día, mientras que para América Latina y es de 4,56 dólares al día, lo que la ubica como la región con el costo más alto.

Aunque los bancos de alimentos son organizaciones independientes, trabajan estrechamente con empresas de ultraprocesados, con quienes tienen convenios de colaboración, son donantes o aliados.

En América Latina y el Caribe, 133,4 millones de personas no tienen acceso a una dieta saludable

Consultada sobre las donaciones de productos ultraprocesados, Clarisa Fonseca, gerente de comunicación de la Red de Bancos de Alimentos de México, declaró para este reportaje que su organización “no sataniza ningún producto”.

Explicó que, si bien existen “alimentos que nutricionalmente no nos van a aportar nada, en nuestro país hay personas que todos los días se duermen con hambre y viven con hambre, entonces, lo que nosotros hacemos con el apoyo de nutriólogos es entregar el paquete balanceado para que si entregamos productos que tienen mucho contenido de azúcar o muchas grasas, se pudiese contrarrestar con otros productos que no”.

Por su parte, Juan Carlos Buitrago, el director de la Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia, explica que en el país hay 22 mil niños con desnutrición aguda. “Hay quienes dicen que en Colombia no deberían poder consumirse alimentos industrializados y no deberían donarse. Nosotros pensamos distinto: creemos que en Colombia todos los alimentos son buenos. Cualquier alimento es dañino cuando se consume en exceso”, comentó.

Sin embargo, Simón Barquera considera que la donación de alimentos hiper palatables (como los ultraprocesados), que tienen sabores intensos, sí puede tener un impacto sobre las infancias. “Cuando los niños prueban los alimentos naturales, les saben menos y, por una cuestión sensorial, dejan de preferirlos”, señala.

Los alimentos ultraprocesados –como gaseosas, jugos embotellados, bebidas energéticas, yogurt de frutas, papas fritas, snacks, galletas, chocolates, caramelos, cereales azucarados, barras energizantes, embutidos, carnes procesadas como las

salchichas o las hamburguesas, nuggets de pollo y barritas de cereal– están asociados a problemas de salud, entre enfermedades cardíacas, hipertensión, diabetes, cáncer y depresión, entre otras, según un [estudio a gran escala](#) publicado en la revista British Medical Journal en 2024.

Para esta investigación se solicitaron entrevistas a los representantes regionales de empresas de Coca-cola y Nestlé, y ambos señalaron que no darían entrevistas. Por su parte, el Grupo Bimbo y Kellogg 's no respondieron a los pedidos formulados a través de sus correos electrónicos oficiales.

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: Ojo público. *DONACIONES. La industria alimentaria dona productos que en muchos casos no son nutritivos y usa esta actividad como parte de su estrategia de marketing.*

Fecha de creación

2024/12/18