

BORRADOR



ACCESS TO
NUTRITION
INITIATIVE

El Índice del Acceso Global a la Nutrición 2021 exhorta a la industria alimentaria a abordar inmediatamente la brecha nutricional en los tiempos del COVID-19.

El cuarto índice y clasificación demuestran resultados fragmentados en la industria durante los últimos tres años, en materia de su contribución a la lucha contra la malnutrición.

Utrecht, Países Bajos; 1° de julio de 2021 – La Access to Nutrition Initiative (ATNI) ha lanzado su Índice Global 2021, que evalúa a los mayores fabricantes de alimentos y bebidas del mundo y su contribución a la lucha contra la malnutrición. El Índice califica a 25 de las empresas más grandes a nivel mundial que fabrican alimentos y bebidas, revelando que, aunque algunas empresas han demostrado desde la última iteración del Índice en el 2018, un avance notable, en promedio, la industria sólo ha logrado pequeñas mejoras. Ante la aparente ralentización del avance de las 10 primeras empresas fabricantes, la ATNI exhorta a la industria a redoblar sus esfuerzos para combatir los problemas más apremiantes de la nutrición global.

Los dos principales [Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas](#) (ODS) relacionados con la nutrición son los siguientes:

- ODS 2: Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y mejorar la nutrición.
- ODS 3: Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos.

La malnutrición en cualquiera de sus formas afecta todos los países del mundo y [contribuye con millones de muertes](#) y al riesgo de contraer enfermedades relacionadas con la dieta. En el año 2019, [690 millones de personas \(el 8.9% de la población mundial\)](#) fueron consideradas como subalimentadas, y con los efectos económicos de la pandemia por COVID-19 estamos viendo el incremento en el número de personas en condiciones de pobreza extrema y que padecen las consecuencias de enfermedades vinculadas al sobrepeso y obesidad. El Índice pone en evidencia la creciente importancia de que las empresas hagan que los alimentos saludables sean asequibles y accesibles en todos los mercados, sobre todo para los consumidores en condiciones de riesgo, como son aquellos provenientes de hogares de bajo ingreso y que carecen del acceso a alimentos nutritivos.

Wendy Morton, Ministro para la Vecindad Europea y de las Américas, de la Oficina de Relaciones Exteriores, Commonwealth y Desarrollo del Reino Unido (FCDO, por sus siglas en inglés), comenta: “Nos complace anunciar el lanzamiento del Índice de este año, especialmente, a la luz del empeoramiento de la prevalencia de la malnutrición y disponibilidad de alimentos a nivel mundial debido al COVID-19. Tenemos aquí una oportunidad única para enfrentar esta problemática en beneficio de todos. Debemos pedir cuentas a las grandes empresas fabricantes de alimentos y bebidas, para acelerar la recuperación global después de la pandemia. La industria alimentaria juega un papel fundamental para hacer más accesibles y asequibles los alimentos saludables, en particular para los países en desarrollo.”

Como parte de su cuarta evaluación exhaustiva, el Índice clasificó a 25 empresas fabricantes de alimentos y bebidas de todo el mundo (véase a continuación, la gráfica de calificación final), incluidas las cinco empresas que lograron ocupar las primeras posiciones: **Nestlé, Unilever, FrieslandCampina, Danone** y **Arla**. Las empresas se evaluaron en función de sus compromisos, prácticas y divulgación en lo referente a la gobernanza y gestión; producción y distribución de productos saludables, asequibles y accesibles; y cómo las empresas influyen en las elecciones y conductas de los consumidores.

“La acción y la rendición de cuentas son las únicas vías que conducen a la garantía de nuestra misión: que nadie se acueste con hambre, y que todos tengan acceso a una dieta saludable y asequible que cuente con los nutrientes necesarios para el crecimiento y desarrollo óptimo,” señala **la directora ejecutiva de ATNI, Inge Kauer**. “A pesar de algunos avances mostrados por el Índice Global 2021, las empresas deben priorizar la nutrición y establecer compromisos fortalecidos para mejorar los sistemas alimentarios y combatir la malnutrición mundial. Bajo el contexto de la

designación del 2021 como el Año de Acción: Nutrición para el Crecimiento, llegó la hora para que las empresas fabricantes de alimentos y bebidas tomen medidas audaces para garantizar dietas más saludables para todos, en todas partes.”

Resultados y calificaciones

El Índice Global 2021 representa la única evaluación independiente que se encarga de calificar la medida en que las empresas fabricantes de alimentos y bebidas contribuyen a combatir la malnutrición en todas sus formas: el sobrepeso y la obesidad, la subalimentación y las deficiencias micronutrientes. Se asigna a cada empresa un puntaje con base en sus compromisos, políticas, prácticas y divulgación en lo relevante a la nutrición en siete categorías: gobernanza, productos, accesibilidad, comercialización, estilos de vida, etiquetado e interacción. Además, se evalúa la sanidad del catálogo de productos de cada empresa mediante el modelo Health Star Rating (HSR), lo cual incluye un análisis de aquellas empresas fabricantes de alimentos infantiles en materia de la comercialización de sucedáneos de la leche materna.

A grandes rasgos, los resultados de 2021 evidencian la necesidad de que las empresas redoblen sus esfuerzos destinados a promover dietas más saludables para todos. El puntaje promedio resultó igual que en 2018, de 3.3 puntos de los 10 posibles. Al mirar únicamente las 22 empresas calificadas en los años 2018 y 2021, el puntaje promedio es de 3.6.

Las 10 primeras empresas, con la excepción de Arla, obtuvieron puntajes más bajos con respecto al año 2018, a la vez que muchas empresas que previamente ocuparon las posiciones medias y bajas demostraron ligeras mejoras. De manera global, se evidencia que las empresas líderes han aminorado el ritmo de sus avances en materia de nutrición.

Entre los resultados claves se destacan, entre otros:

- **Nestlé** encabezó la clasificación con el mayor puntaje, 6.7 puntos de 10. La empresa logró posicionarse entre las tres primeras de las siete categorías del Índice, asimismo, se calificó en primer lugar en las categorías de 'gobernanza' e 'interacción'. **Unilever ocupó el segundo lugar** con 6.3, seguida por **FrieslandCampina en tercer lugar** con 5.9. **Arla** demostró una importante mejora con respecto al año 2018, de 3.3 puntos a 5.1, respectivamente, debida en gran parte a una nueva política del etiquetado, políticas de comercialización más responsables y reformas positivas en su catálogo de productos. **Meiji** avanzó cuatro posiciones en el Índice debido en parte a la incorporación de una nueva estrategia de nutrición a su visión CSR, además de nuevas políticas dirigidas a regular la comercialización para niños y el etiquetado.
- **Tan solo el 31% de productos cumplieron con el estándar de salud independiente** (HSR de tres o más estrellas), lo cual equivale a 11,797 de los 38,176 productos distintos surtidos por las 25 empresas a nivel global.
- **Nueve empresas mejoraron el HSR promedio de sus productos** entre el 2018 y el 2021. No obstante, **fueron solo cinco las empresas de las cuales la mitad o más de sus productos lograron superar el límite inferior de salubridad** de 3.5 estrellas.
- **13 de las 25 empresas incluidas mejoraron su puntaje en la gobernanza para la nutrición**, lo cual refleja un refortalecimiento de políticas y sistemas de gestión de la nutrición.
- **14 empresas aplicaron alguna forma de modelaje del perfil nutricional que fue específico a la empresa** (NPM, por sus siglas en inglés) para monitorear la salubridad de sus productos, a la vez que **19 empresas establecieron compromisos acerca de la (re)formulación de productos** a nivel de micronutrientes.
- **Nueve empresas**, lo que representa un incremento de cuatro con respecto al año 2018, **indicaron que el abordaje de la fortificación de sus productos**, enfocado a enfrentar la desnutrición, **está basado en las pautas internacionales**.
- El Índice demostró que, **12 empresas divulgaron públicamente su posicionamiento en grupos de presión (lobbying) sobre algunos principales temas en nutrición**, a diferencia del año 2018 cuando fueron solo dos las empresas que lo hicieron (específicamente, sobre el etiquetado y la regulación de avales de salud).



- En el Índice SLM/AC 2021, tres de las seis empresas evaluadas incrementaron sus puntajes respecto al Índice 2018. **Danone y Nestlé permanecieron en la primera y segunda posición en el Índice de SLM/AC, respectivamente**, seguidas por KraftHeinz en tercer lugar. Para visualizar el Índice SLM/AC 2021, pulse [aquí](#).

Es interesante notar que, aquellas empresas con las calificaciones más altas en la categoría de gobernanza tendieron a exhibir también mejores puntajes en otras categorías, lo cual sugiere que las actividades de nutrición logren mayor continuidad cuando el compromiso inicia desde lo alto, y cuando estas sean integradas en las estrategias centrales empresariales, además reportadas de manera integral y exhaustiva.

El Índice Global 2021 no sólo asigna a cada empresa una puntuación, sino que destaca recomendaciones claras y prácticas en las tarjetas de puntuación o 'scorecards' que facilitan a las empresas implementar cambios positivos dirigidos a enfrentar la malnutrición a nivel local y global.

Kauer concluye comentando, *“Por ser las 25 empresas más grandes del mundo fabricantes de alimentos y bebidas, cada una debe asumir la responsabilidad de ofrecer productos saludables a los consumidores, y a no dejar atrás la nutrición. No es tarea fácil, sin embargo, es una que requiere de acción inmediata si deseamos cumplir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible para poner fin al hambre y garantizar la salud y bienestar. Hemos sido testigos de la fragilidad de las cadenas de suministro durante los últimos tres años, pero también hemos visto que algunas empresas aprovechan esto como una oportunidad para innovar. Ante la demanda creciente de consumidores para productos saludables, existe una oportunidad para que las empresas asuman esta nueva responsabilidad, y que usen la nueva realidad después del COVID-19 para facilitar que todos accedan a dietas más saludables.”*

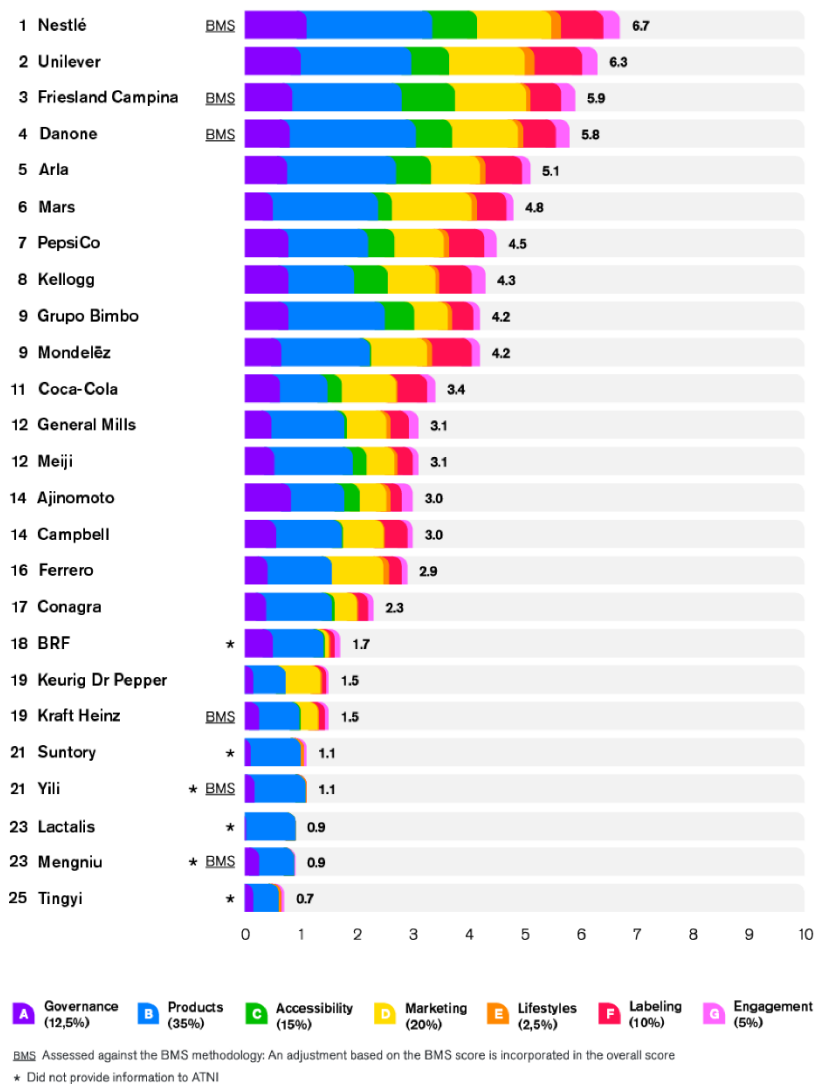
El informe completo se encuentra [aquí](#).

TERMINA

NOTAS A LOS EDITORES



Calificaciones finales del Índice Global 2021



Acerca de la Access to Nutrition Initiative:

La ATNI es una organización independiente sin fines de lucro, establecida en el año 2013. Se dedica a publicar análisis integrales e independientes, así como comentarios sobre los esfuerzos empresariales para mejorar el acceso de consumidores a alimentos y bebidas nutritivos, tanto a nivel global como en mercados específicos. Parte integral del trabajo de la ATNI es evaluar a las empresas fabricantes de sucedáneos de la leche materna y alimentos complementarios. En el transcurso de sus acciones de investigación, la ATNI colabora con un rango amplio de interesados, entre ellos la comunidad inversionista, con la finalidad de asegurar que los índices e informes elaborados les sean herramientas útiles a la hora de relacionarse con empresas e invertir en ellas.

