

Cómo la gran industria de alimentos y bebidas socavó la salud pública en la era del COVID-19 / Resumen Ejecutivo

A pesar de la creciente evidencia sobre la necesidad de adoptar dietas saludables, la pandemia de COVID-19 generó una oportunidad única para la industria de alimentos y bebidas de prosperar en países de ingresos bajos a medios. Durante la crisis, multinacionales como Coca-Cola, McDonald's y Nestlé, entre otras, promovieron rápidamente alimentos no saludables, ultra-procesados y bebidas azucaradas.

Estas empresas emprendieron múltiples estrategias de marketing durante la pandemia de COVID-19, apelando a sentimientos como la nostalgia y la comodidad mientras personas de todo el mundo permanecían en cuarentena en casa. Organizaciones y defensores que promueven políticas públicas de alimentación saludable expresaron su preocupación por tales actividades de la industria alimentaria, que incluyen:

- **Combinar “acciones de solidaridad” con un agresivo marketing de marcas de comida chatarra y bebidas azucaradas, lo que ayudó a pulir la imagen corporativa (nutri-washing);**
- **Posicionar los alimentos y bebidas ultra procesados como “productos esenciales” cuando no son alimentos saludables;**
- **Llevar a cabo acciones filantrópicas mientras se ejerce presión activa contra las políticas de alimentación saludable; y**
- **Donar alimentos y bebidas ultra-procesados a poblaciones vulnerables, incluidos niñas y niños en programas escolares y otras poblaciones de bajos ingresos, lo que contribuye a empeorar las condiciones de salud como la obesidad, la diabetes y las enfermedades cardiovasculares y agrava la desnutrición con productos alimenticios y bebidas deficientes nutricionalmente.**

Las estrategias de marketing de la gran industria de alimentos y bebidas apelaron a la vulnerabilidad de los consumidores durante la cuarentena para promover la comida chatarra como un elixir para tiempos difíciles. Los empleados, los trabajadores esenciales y el público que buscaba apoyo y esperanza encontraron una industria que promocionaba sus productos como una fuente de consuelo. En este momento desafiante donde la desinfección y la seguridad alimentaria eran las principales preocupaciones, la industria asoció “seguridad de los alimentos” con “comida sana”. Este mensaje engañoso ayudó a posicionar los productos alimenticios y las bebidas no saludables como seguros y vitales para el consumo doméstico. La industria también realzó su papel como actor esencial en el sistema alimentario al destacar

su compromiso con una distribución ininterrumpida.

Si bien la responsabilidad social empresarial (RSE) puede beneficiar a las comunidades, la industria de alimentos y bebidas aprovechó la pandemia de COVID-19 para crear alianzas con entidades públicas y la sociedad civil, que directa o indirectamente promovieron sus intereses. Su respuesta a las necesidades alimentarias de las poblaciones más vulnerables de los países en desarrollo, muchas de las cuales todavía están luchando con el aumento de las necesidades sociales y el impacto económico negativo, fue donar productos empaquetados no saludables y bebidas azucaradas. También donaron y promovieron leche en polvo para bebés, una violación del Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna dado que desalienta la lactancia y afecta la nutrición de la primera infancia.

A medida que el COVID-19 se extendió por todo el mundo, surgieron datos que hacían visible que las personas con obesidad y enfermedades relacionadas con la dieta eran más susceptibles a las complicaciones y la muerte por COVID-19. Los países que ya luchaban contra una epidemia de obesidad, enfrentaron la amenaza de una población más enferma y mayores tasas de mortalidad. La pandemia también destacó cómo las políticas destinadas a crear entornos alimentarios más saludables, como el etiquetado frontal de advertencia, las políticas de alimentación escolar saludable, las restricciones a la comercialización y los impuestos sobre la comida chatarra y las bebidas azucaradas, podrían haber ayudado a los consumidores a elegir alimentos más saludables durante este momento crítico.

Este informe documenta cómo los gigantes de la industria de alimentos y bebidas explotaron el COVID-19 para promover una imagen de sí mismos como buenos ciudadanos corporativos. También subraya cómo los débiles protocolos de conflicto de intereses y la falta de regulaciones de alimentación saludable en algunos países dejaron la puerta abierta para que la industria menoscabara los avances en la política pública de alimentación. Finalmente, el informe ofrece recomendaciones a los gobiernos y la sociedad civil para proteger el derecho a una alimentación adecuada y saludable. Los gobiernos están llamados a regular los programas de asistencia alimentaria durante las emergencias, garantizar escenarios de formulación de políticas libres de conflictos e implementar políticas alimentarias saludables basadas en recomendaciones internacionales.