



# El caso Nestlé

MARISA PÉREZ PAREJA

Se ha publicado en diversos medios de comunicación que el grupo suizo de alimentación Nestlé comprará la división nutricional de la farmacéutica Novartis<sup>1</sup> (fusión de Ciba Geigy y Sandoz) por 2.500 millones de dólares (1.900 millones de euros). Está previsto que la operación quede cerrada en el segundo semestre de 2007. Esta operación situará a Nestlé, la mayor compañía de alimentación del mundo, en la segunda mayor empresa en el negocio mundial de nutrición<sup>2</sup>.

Este gigante de la alimentación ha sido, a lo largo de su historia, la empresa más boicoteada del mundo, y desde hace más tiempo, por asociaciones de consumidores.

Nestlé fue objeto de una primera medida de ese tipo por no respetar el Código Internacional de Comercialización de Sucedáneos de la Leche Materna, adoptado en 1981 por la Organización Mundial de la Salud y (OMS) y el Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF). La votación fue casi unánime, con 118 naciones miembros que votaron a favor, tres que se abstuvieron, y una – EE.UU. – que votó en contra. (En 1994, tras años de oposición, finalmente se afiliaron los EE. UU., como signatarios del Código, junto con todas las otras naciones industrializadas del mundo). El Código prohíbe toda forma de promoción, directa e indirecta, esencialmente en hospitales y maternidades, de leches artificiales.

Lamentablemente ser un signatario del Código no significa que los países miembros tengan la obligación de adoptar la integridad



de sus recomendaciones. Una notable cantidad de países, incluso Reino Unido, sólo han adoptado una parte de ellas.

En 1984, el boicot fue suspendido porque Nestlé se comprometió a acatar ese convenio, pero cuatro años más tarde se reinició a causa de que la empresa no había cumplido su promesa.

Mientras la mayoría de los fabricantes concuerdan públicamente adherirse al Código, en privado utilizan recursos tremendos en la elaboración de métodos para reinterpretarlo o esquivarlo. En tal esfuerzo, Nestlé ha manifestado un desafío y una tenacidad que son difíciles de creer. Por ejemplo, en India, Nestlé presionó en contra de la integración del Código a la ley, y, una vez aprobada aquélla, cuando se enfrentó a acusaciones criminales en cuanto a su etiquetado, prefirió emitir una petición de orden judicial contra el gobierno indio más que aceptar las acusaciones.

En 2004, el informe bianual de la Red Internacional de Grupos pro Alimentación Infantil (IBFAN) *Violando las Reglas, Eludiendo las Reglas...* examinó las prácticas promocionales de 16 fábricas internacionales de comidas infantiles, y de 14 fábricas de biberones y tetinas. El trabajo se realizó entre enero 2002 y abril 2004. Los investigadores certificaron cerca de 2.000 violaciones del Código en 69 países.

Según la IBFAN, Nestlé, líder en este fraude, está convencida de que sólo uno de sus productos –la leche artificial– entra en el ámbito del Código. La empresa niega además la universalidad del Código, e insiste en que sólo se aplica a las naciones en desarrollo.

Los fabricantes de leche artificial gastan mucho dinero para idear estrategias de marketing que mantengan sus productos en la

vanguardia de la conciencia pública. En el Reino Unido, los productores de fórmula gastan por lo menos 12 millones de libras esterlinas al año en anuncios, folletos y otros tipos de promociones, generalmente a modo de “información educativa”. Eso corresponde aproximadamente a unas 20 libras por cada bebé que nace. En cambio, el gobierno británico sólo gasta cerca de 14 peniques por recién nacido cada año para promover la lactancia materna.

El mercado británico de la leche infantil artificial es de unos 150 millones de libras esterlinas al año, y, el mercado estadounidense... llega a cerca de dos mil millones. El mercado mundial de las leches y comidas infantiles equivale a la cifra asombrosa de 17 mil millones de dólares, y crece el 12% cada año.

En cuanto se presenta la oportunidad de proporcionar a sus hijos lo “mejor” de lo que puede ofrecer la “ciencia”, muchas madres de pocos recursos se dejan tentar por la leche artificial. Ello pasa más todavía cuando reciben muestras gratuitas, como sigue siendo el caso en muchos países del sur.

Una vez aceptadas por la madre estas muestras gratuitas que empieza a dar a su bebé se agota rápidamente su propia leche. Lamentablemente, después de que esas madres se queden sin las muestras gratuitas y los cupones con rebaja, se encuentran con la incapacidad de producir leche materna propia y no tienen otra opción que gastar grandes cantidades de dinero para seguir alimentando a su hijo con lecha completamente artificial.

Es dos veces más probable que fallezcan los bebés que toman el biberón en las primeras seis semanas de su vida. En especial, dar el biberón incrementa de dos a cinco veces el riesgo de contraer el SIDS (Síndro-

me de Muerte Súbita del Lactante). Los bebés que toman el biberón igualmente presentan un riesgo bastante más elevado de terminar en el hospital con una serie de variadas infecciones. Por ejemplo, es cinco veces más probable que padezcan gastroenteritis.

En los países del norte, las tasas de diarrea son dos veces más elevadas para los bebés que toman el biberón que para los que toman leche materna. Hay dos veces más probabilidad (20% vs 10%) de que padezcan de otitis media (infección del oído interno)... Es cinco veces más probable que contraigan infecciones del tracto urinario. Durante los primeros seis meses de su vida los bebés alimentados con biberón tienen de seis a diez veces más probabilidad de desarrollar una enterocolitis necrotizante —una grave infección del intestino, que conlleva la muerte del tejido intestinal— una cifra que sube hasta 30 veces más riesgos tras ese periodo.

Es dos veces más probable que desarrolle diabetes (tipo I) de comienzo juvenil o insulino-dependiente. También existe un riesgo de cinco hasta ocho veces mayor de que los niños con menos de quince años que tomaron fórmula, o que recibieron leche materna durante menos de seis meses, contraigan linfomas. También hay riesgo de enfermedades inflamatorias del intestino en la niñez, esclerosis múltiple, maloclusión dental, enfermedades coronarias, diabetes, hiperactividad, enfermedad tiroidea autoinmune y enfermedad celiaca<sup>3</sup>

En 2004, Nestlé se vio obligada a cancelar un premio de literatura para jóvenes que iba a llamarse “Premio de Litera-



tura Nestlé” a consecuencia de que un grupo de escritores británicos se negara a participar en él por las violaciones cometidas por la empresa al Código de comercialización de la leche en polvo<sup>4</sup>.

La presidenta de la Asociación Nacional pour la Sauvegarde de l’Agriculture, María Caballero, denunció las actividades ilícitas de la multinacional Nestlé. La empresa enviaba leche a Uruguay y cambiaba la etiqueta para ocultar el origen y la fecha de caducidad. El periódico uruguayo *El Tiempo* dice que más de 350 toneladas de productos Nestlé pasaron por el proceso de re-etiquetado cambiando el país de producción para ocultar que la leche estaba caducada y no disponible para el consumo humano

Pero el gigante alimentario no es sólo boicoteado por este asunto. Diversas asociaciones a escala mundial llamaron el año 2004 a no comprar productos de la firma después de que reclamara, en 2002, al gobierno de Etiopía el pago de 6 millones de dólares por una deuda que este último mantenía con una empresa subsidiaria de la transnacional desde 1975.

Precisamente en 2002 Etiopía, que se cuenta entre los países más pobres del planeta, atravesaba una de las peores hambrunas de su historia. Pese a ello, el gobierno de la nación africana ofreció a Nestlé, que factura miles de millones de dólares al año, unos 1,5 millones de dólares, que la empresa rechazó. Fue justamente la iniciativa del boicot la que hizo retroceder a la multinacional suiza, que en 2005 decidió abandonar la reclamación<sup>5</sup>.

Una investigación publicada en septiembre pasado en el diario británico *The Guardian* señala que Nestlé aparece como una de las empresas más boicoteadas por los consumidores en una encuesta realizada entre 15.500 personas residentes en 17 países. En



esa lista la transnacional suiza es acompañada por otras súper empresas del sector alimentario, como Coca Cola y Mc Donald’s, y por la firma de indumentaria deportiva Nike. En Gran Bretaña, Nestlé emerge como la más perjudicada por las campañas de este tipo, seguida por Mc Donald’s. Chinos, daneses y franceses surgen a su vez como los ciudadanos más propensos a adherir a las iniciativas de boicot en general a compañías que no respeten ciertas normas éticas.

Pese a todo el volumen de negocios de Nestlé en 2004 fue de 56.197 millones de euros. La empresa forma parte del top de empresas del ranking mundial. Aunque las campañas de boicot han sido sin duda eficaces en numerosos aspectos, no han podido evitar que en los primeros seis meses de 2005 Nestlé obtuviera beneficios 32 por ciento superiores a los de igual período de 2004.

