



BAJO EMBARGO DE MEDIOS HASTA: Miércoles, 27 de febrero de 2019 -- 9:00AM hora del este (EE.UU.)/8:00AM hora de Ciudad de México

CONTACTO: (EE. UU.) Anna Zuccaro | anna@unbendablemedia.com
(México) Libre Expresión Diana Turner cel. 55-8580-6525,
Rosa Elena Luna cel. 55-2271-5686

NUEVO INFORME: Kellogg's eliminó en secreto los micronutrientes esenciales de sus cereales más populares a la venta en México

El informe elaborado por los expertos de la Fundación Changing Markets descubrió que muchos de los productos de Kellogg's a la venta en México se han "empobrecido" en términos de su contenido de minerales y vitaminas

Los defensores instan a Kellogg's a restaurar los nutrientes esenciales en sus cereales, ya que 1,6 millones de niños en México sufren desnutrición crónica

CIUDAD DE MÉXICO.— El día de hoy, la Fundación Changing Markets, SumOfUs y el Proyecto AliMente, han publicado los resultados de un nuevo estudio que revela que, en los últimos cinco años, Kellogg's ha eliminado muchos de los minerales y vitaminas esenciales de sus marcas más populares de cereales a la venta en México. Este hallazgo representa una violación evidente del compromiso de la empresa de fortificar sus cereales con los "nutrientes específicos para las necesidades" de la población local, teniendo en cuenta que las carencias de nutrientes como el calcio, el hierro, el ácido fólico, la vitamina A y el zinc afectan a una parte importante de los niños mexicanos.¹ El informe, titulado "**Compromisos nutricionales de Kelloggs: ¿promesas en el aire?**" exige que, de acuerdo con sus compromisos, Kellogg's refortifique inmediatamente sus cereales a la venta en México con todos los micronutrientes esenciales necesarios para la población local.

LEER EL TEXTO COMPLETO DEL INFORME [AQUÍ](#):

Las deficiencias de micronutrientes son uno de los principales problemas de salud en México. Según la encuesta nacional de salud de México, uno de cada cuatro niños menores de cinco años padece anemia (una deficiencia de hierro). Hasta una cuarta parte de los niños mexicanos no obtiene suficiente ácido fólico y vitamina A a través de su dieta, mientras que la mitad no obtiene suficiente hierro y calcio.

¹ Rivera, JA. et al. (2016) Overview of the Dietary Intakes of the Mexican Population: Results from the National Health and Nutrition Survey 2012. J Nutr. 2016 Sep;146(9):1851S-5S [EN LINEA] Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/27511939>



Kellogg's lidera el segmento de cereales de desayuno en México, siendo el fabricante de cuatro de las cinco principales marcas que los padres mexicanos compran a sus hijos. Estos productos son consumidos por una gran parte de los niños mexicanos: según un estudio del gobierno realizado en 2013, el 50% de los niños de 3 a 12 años comen cereales de desayuno al menos 2 o 3 veces por semana, mientras que el 37% los consumen todos los días.

Este informe encontró que, en los últimos cinco años, los cereales de Kellogg's se han vuelto significativamente más pobres en términos de vitaminas y minerales. El estudio de la composición micronutricional reportada en las etiquetas de algunos de los productos más populares de Kellogg's, es decir Zucaritas, Corn Flakes, Choco Krispis y Special K, demostró que se habían reducido o eliminado más de dos tercios de todos los micronutrientes, en comparación con los niveles de 2013. Varios tipos de vitaminas B, así como vitaminas C y E, se han reducido significativamente o eliminado por completo.

De manera más específica, los niveles de ácido fólico en Zucaritas se redujeron un 70% en los últimos cinco años; también se redujo a la mitad los niveles de hierro en los Corn Flakes de Kellogg's; y el calcio se eliminó por completo en los dos productos. Una cantidad de otros cereales experimentó reducciones significativas de hierro y calcio, a pesar de que las deficiencias de estos minerales son altas entre los niños mexicanos de 5 a 12 años.

El informe "**¿promesas en el aire?**" también destaca la falta de credibilidad detrás del supuesto compromiso de Kellogg's de "*abordar los desafíos globales de la seguridad alimentaria, que incluyen la desnutrición, el hambre oculta y la obesidad en las comunidades de ingresos medios y bajos de todo el mundo*" al ofrecer "*alimentos saludables para las personas de todos los niveles de ingresos en todos los países*". La empresa afirma haber abordado el "*déficit de nutrición*" y "*mejorado los cereales latinoamericanos con las cantidades adecuadas de vitaminas A, B y D, hierro, calcio, ácido fólico y antioxidantes*", pero este informe considera que estas afirmaciones son engañosas y falsas a la vez.

"Sorprende que, a pesar de sus compromisos y declaraciones de buena intención, Kellogg's ha estado eliminando sigilosamente vitaminas y minerales esenciales de sus cereales más populares en México", explicó Nusa Urbancic, Directora de Campañas de la Fundación Changing Markets. "Si Kellogg's se toma en serio sus compromisos nutricionales debe predicar con el ejemplo y asegurarse de que todos sus cereales contengan en realidad los micronutrientes esenciales de los que carecen los mexicanos".

La variación en los niveles de micronutrientes no se limita a diferencias entre las marcas de diferentes productos Kellogg's sino que también se aprecian variaciones pronunciadas dentro de la misma marca. Por ejemplo, una porción de 30 gramos de Special K sabor chocolate o vainilla, contiene el 35% de la dosis diaria recomendada de vitamina B12, mientras que la misma cantidad de Special K cosecha roja contiene sólo el 11%.



“Kellogg’s tiene una oportunidad única para reducir la desnutrición infantil en México, ya que fabrica cuatro de las cinco marcas de cereales para niños más compradas. La desnutrición continúa siendo un problema grave en el país; la baja ingesta de hierro es a menudo la causante de la anemia que padecen uno de cada cuatro niños mexicanos”, explicó Jamila Brown, Directora de Comunicación de SumOfUs, un grupo internacional de consumidores asociado a este informe. “Es indignante que en México Kellogg’s haya eliminado nutrientes esenciales como el hierro y vitaminas de los grupos B, C y E de algunas de sus marcas de cereales más populares. Los padres creen en las promesas nutricionales que hacen las empresas como Kellogg’s sobre sus productos, y es hora de que Kellogg’s las cumpla y contribuya a hacer frente a la desnutrición”.

“Kellogg’s no sólo está produciendo cereales ultraprocesados y altos en azúcar, sino que como muestra este último informe, no está cumpliendo tampoco con sus compromisos nutricionales, así que muchos de sus productos aportan poco menos que calorías vacías. Mi esperanza es que el nuevo gobierno mexicano proteja a los padres e hijos de las prácticas publicitarias engañosas de esta corporación, al tiempo que promueva políticas que fomenten el consumo de alimentos saludables no procesados”, dijo Yatziri Zepeda, socia fundadora de Proyecto Alimento, una ONG mexicana cuyo objetivo es promover sistemas alimentarios sostenibles.

“Muchos de los cereales de Kellogg’s, especialmente los destinados a los niños, son productos ultraprocesados con un alto contenido de azúcar y aditivos. Kellogg’s utiliza la fortificación de sus productos con vitaminas y minerales para enmascarar esta realidad. Este estudio demuestra que tales afirmaciones forman parte del marketing de estos productos, son engañosas y que su perfil micronutricional es motivo de preocupación. México necesita urgentemente retomar el consumo de cereales integrales, sin procesar, así como de otros alimentos, como el amaranto, que son nativos del país y forman parte de su rica diversidad agrícola”, dijo Alejandro Calvillo, Director de El Poder del Consumidor.

De acuerdo con las conclusiones del informe, SumOfUs ha lanzado una petición dirigida a Kellogg’s exigiendo que anteponga la salud de los niños a sus beneficios comerciales y fortifique de inmediato todos sus productos de cereales a la venta en México con las cantidades adecuadas de nutrientes esenciales.

VEA LA PETICIÓN AQUÍ: <https://actions.sumofus.org/a/kellogg-s-stop-breaking-nutritional-promises-in-mexico>

###

La Fundación Changing Markets se asocia con las ONG en campañas centradas en el mercado. Nuestra misión es exponer las prácticas corporativas irresponsables e impulsar el cambio hacia una economía más sostenible.

www.changingmarkets.org/ @ChangingMarkets



SumOfUs es un grupo global de consumidores que hace campañas para responsabilizar a las grandes corporaciones. Más de 14 millones de personas han realizado más de 50 millones de acciones en todo el mundo con SumOfUs desde su lanzamiento.

El Proyecto AliMente es una organización mexicana sin fines de lucro dedicada a promover sistemas alimentarios sostenibles, justos y saludables. @Proy_Alimente