

Por JACK EWING

LAUSANA, Suiza — Mark Schneider, director ejecutivo de Nestlé, el gigante suizo de los alimentos, sostenía un menjunje envuelto en un bollo que tenía el aspecto de una hamburguesa de queso con panceta, pero no contenía ni panceta, ni queso ni carne de vaca reales. Le dio una mordida.

Era un bocado libre de carne y de lácteos, un símbolo de lo que podría ser el futuro de la industria alimenticia. También era una manifestación de la forma en que grandes corporaciones como Nestlé están respondiendo a la intensa presión para ayudar a combatir el cambio climático.

“La razón por la que me gusta tanto lo basado en plantas es porque aquí es donde las dos cosas en cierto modo se conectan”, dijo Schneider en el centro de investigación y desarrollo de Nestlé, en Lausana. “Tiene un aspecto ambiental y tiene un aspecto de nutrición sana”.

Nestlé, la compañía de alimentos más grande del mundo, está en el centro de ambas tendencias. Están creciendo las exigencias hacia Nestlé y otras corporaciones mientras los consumidores le prestan más atención al efecto en el medio ambiente de lo que comen.

Las acciones de las compañías que son percibidas como responsables en materia ambiental tuvieron un desempeño significativamente mejor que las acciones de compañías que no lo son, según un estudio reciente publicado por Deutsche Bank. El mismo reporte encontró que los consumidores se estaban volviendo más propensos a basar sus decisiones de compras en si creían o no que las marcas eran amables con el medio ambiente.

Schneider insistió que el compromiso de Nestlé con el medio ambiente y la nutrición pública era

sincero y perdurable.

Una de las principales críticas contra Nestlé es que promueve la obesidad al enganchar a los consumidores a alimentos azucarados y grasosos.

Nestlé dice que ha reducido el azúcar en sus productos en más de un tercio desde 2000 y la reducirá en un 5 por ciento adicional para el año próximo. Tiene objetivos similares para la grasa saturada y la sal.

El agua embotellada es otro negocio donde Nestlé con frecuencia está a la defensiva. La compañía es dueña de marcas que incluyen a Perrier, San Pellegrino y Poland Spring.

En lugares como Florida y California, la compañía ha sido acusada de contribuir al agotamiento de acuíferos manantiales y de vender un recurso público con ganancia.

Una mañana reciente, Cédric Egger, un hidrogeólogo que es el gerente corporativo de recursos hídricos de Nestlé, encabezó un recorrido de las colinas que se yerguen sobre el poblado suizo de Henniez para demostrar por qué cree que las acusaciones son injustas. Nestlé adquirió la marca de agua mineral Henniez en 2008 de una compañía familiar.

“Los agricultores estaban reacios”, dijo Olivier Mayor, un agricultor.

Pero Mayor dijo que Nestlé trabajó con él y otros agricultores para mejorar sus técnicas agrícolas en una forma que también protegían la calidad del agua. Por ejemplo, Nestlé alimenta con estiércol local y residuos de granos de café de cápsulas de Nespresso recicladas una planta de biogas cercana al centro de embotellamiento de Henniez. Los agricultores usan el desecho como fertilizante, con lo que reducen su consumo de químicos.

Schneider reconoció que a la compañía le costaba reducir su impacto en el planeta. “Está el lado ambiental”, dijo. “Lo reconocemos plenamente y damos la cara en lo

que se refiere a esa responsabilidad”.

Nestlé planea proveer a cadenas de restaurantes con su hamburguesa vegana, pero todavía no ha anunciado ningún cliente. Debido a que la producción ganadera y de lácteos son fuentes importantes de gases de efecto invernadero, la carne falsa tiene el potencial de ayudar a salvar al planeta y generar dinero.

“Claramente, si queremos alimentar a un planeta de 10 mil millones de habitantes en unas cuantas décadas, tener más alternativas basadas en plantas y una dieta más basada en plantas va a ser un gran apoyo”, dijo Schneider.



DJAMILA GROSSMAN PARA THE NEW YORK TIMES

La compañía de alimentos más grande del mundo actúa para reducir su impacto ambiental. Crea hamburguesas veganas con queso y panceta.