



## Serie **Sistema alimentario y los desafíos que trae el COVID-19**

1

### **COVID-19 y los denominados fenómenos alimentarios**

**Sofía Bustos**

#### **Introducción**

El COVID-19 ha dejado al descubierto las inequidades subyacentes en las sociedades. Cierres e interrupciones, muestran cuán frágiles, cuán vulnerables son las condiciones de acceso a los bienes y servicios esenciales. En los sistemas alimentarios, han salido a la luz debilidades críticas e inequidades del modelo de desarrollo socioeconómico imperante en la región. La actual crisis sanitaria, económica y social es un llamado de atención para los sistemas alimentarios que debe ser atendida con urgencia para enfrentar no solo los efectos inmediatos de la pandemia, sino también con una mirada a mediano y largo plazo, procurando no descuidar las consecuencias futuras.

La crisis multidimensional desatada por el COVID-19 es especialmente preocupante para la seguridad alimentaria de los países con mayores niveles de pobreza. En esos países, la población destina una mayor proporción de sus

ingresos a la compra de alimentos. Así, pues, cuando los ingresos familiares disminuyen, se ven afectadas la cantidad y calidad de los alimentos consumidos, impactando en los indicadores nutricionales por déficit de nutrientes esenciales provenientes de alimentos frescos y un incremento de patrones de consumo altamente calóricos, pero de reducido valor nutricional. Esto agravaría problemas de sobrepeso y obesidad, aumentando la doble carga nutricional.

Este artículo centra su atención en fenómenos que se venían presentando y afectando, ya desde antes de la actual crisis, a los denominados “entornos alimentarios”, y que debiesen ser seguidos con atención en el mediano plazo, por cuanto podrían profundizar sus rasgos y efectos sobre la adopción de decisiones sobre la adquisición, la preparación y el consumo de alimentos (HLPE, 2017).

**En los sistemas alimentarios, han salido a la luz debilidades críticas e inequidades del actual modelo de desarrollo socioeconómico imperante en la región.**



## Abordaje conceptual

Los conceptos presentados en este documento – fenómenos y áreas – son una propuesta de la autora, basada en el marco conceptual del Grupo de alto nivel de expertos en seguridad alimentaria y nutrición (HLPE, 2017), el que pone de relieve el papel central que juega el entorno alimentario para promover elecciones de dietas más nutritivas, saludables y sostenibles. En consecuencia, se propone como definición de **fenómeno alimentario** “toda situación asociada con alguno de los aspectos que caracterizan el entorno alimentario (acceso, infraestructura, determinantes

personales, y normativas) y que afectan la interacción de los consumidores con el sistema alimentario con miras a la adopción de decisiones sobre la adquisición, la preparación y el consumo de alimentos”.

Por su parte, entendemos las **áreas asociadas** al entorno alimentario como “aquellas situaciones que afectan al sistema alimentario, según indica la literatura y la opinión de expertos, donde podrían identificarse potenciales fenómenos en base a la consolidación de la evidencia que los sustenta”.

Con estas dos precisiones conceptuales, se propone la siguiente subclasificación de fenómenos:

Los **fenómenos alimentarios consolidados** cuentan con una definición clara y profusamente compartida. Se destacan por poseer evidencia empírica robusta sobre su impacto en los entornos alimentarios. Dentro de esta categoría se encuentran los desiertos y pantanos alimentarios.

Los **fenómenos alimentarios emergentes** son aquellos que afectan los entornos alimentarios – y de las cuales tenemos evidencia empírica –, pero aún no la claridad conceptual para definirlos y medir su impacto. Entre los fenómenos emergentes consideramos: aquellos que intervienen en los precios de los alimentos; asociados a las compras públicas de alimentos y los circuitos cortos de comercialización; asociados a la promoción, publicidad y marketing de alimentos; asociados a la regulación de la comercialización de productos altos en nutrientes críticos; y, finalmente, aquellos asociados al *e-commerce*.

Los **fenómenos alimentarios por describir** aluden a aquellas situaciones que, según expertos, por sus características podrían afectar el entorno alimentario, pero cuyo nivel de desarrollo conceptual y evidencia empírica disponible aún son limitados. Estas situaciones ofrecen nuevas aristas en términos de futuros hallazgos y eventuales áreas de investigación e intervención.

---

## Fenómenos alimentarios consolidados

**Desiertos alimentarios.** Son aquellos lugares en los que la población tiene dificultades para acceder físicamente a alimentos frescos y nutritivos debido a la ausencia de establecimientos de venta o la distancia excesiva de estos de los hogares de las personas (FAO, 2018). Este fenómeno, para el que se ha ido consolidado la denominación de desiertos alimentarios, se presenta sobre todo en zonas y/o territorios rezagados desde un punto de vista socioeconómico, concentrándose en la población de menores ingresos.

**Pantanos alimentarios.** Son aquellos entornos de elección de alimentos que estimulan el consumo de alimentos ultraprocesados

y acciones alimentarias de gratificación inmediata, es decir, que generan satisfacción en forma rápida por la cantidad de nutrientes críticos y por la rapidez para conseguirlos y consumirlos (FAO, 2018; Yang *et al.*, 2012; Wagner *et al.*, 2019; Ghosh-Dastidar *et al.*, 2014; Bridle-Fitzpatrick 2015).

**Factores geográficos y socioculturales asociados al surgimiento de desiertos y pantanos alimentarios.** El concepto de desierto alimentario aparece por primera vez en los años noventa, a raíz de la preocupación por estudiar las áreas urbanas que presentan dificultades para acceder a los mercados minoristas de alimentos (Reisig y Hobbiss, 2016).

En términos generales, el fenómeno desierto alimentario considera dos dimensiones:

**1. Territorial o geográfica:** se trata de áreas, principalmente urbanas, con problemas de acceso a los alimentos y problemas de salud pública.

**2. Comercial:** contempla la disponibilidad de establecimientos pequeños, medianos o grandes en las áreas identificadas antes mencionadas (Miller, Middendorf y Wood, 2015; LeClair y Aksan, 2014).

Con el tiempo, el término ha ido evolucionando, ampliándose a medida que la evidencia lo ha permitido. Hoy, varios estudios apuntan a que la disponibilidad de establecimientos alimentarios no es sinónimo de acceso a alimentos. Incluso algunos autores han mostrado que basta con tomar en cuenta la distancia a los establecimientos de comida como variable relevante para el acceso físico, la diversidad de la dieta y la seguridad alimentaria (Bridle-Fitzpatrick 2015; Zhong *et al.* 2018).

**Acceso, consumo y sus consecuencias en la salud.** Existen investigaciones relacionadas con las deficiencias en el acceso y el consumo de alimentos y sus nutrientes (Matson, 2012), en particular con los problemas relacionados con la malnutrición tanto por déficit como por exceso (Smith, Butterfass y Richards, 2010). Es posible vincular los impactos que los desiertos tienen sobre la salud con las causas económicas que suponen su presencia (Leete, Bania y Sparks-Ibanga, 2011) y las condiciones de las zonas rurales (Morton, 2007).

Por otra parte, Bridle-Fitzpatrick, (2015) sugiere que los pantanos de alimentos son un problema aún más grave que el de los desiertos, por lo que las políticas públicas deben propiciar la oferta de productos saludables en reemplazo de aquellos altos en nutrientes críticos perjudiciales para la salud de las personas.

---

## Fenómenos alimentarios emergentes

**Factores que inciden en los precios de los alimentos.** En el Plan de Acción Mundial para la Prevención y el Control de las Enfermedades No Transmisibles 2013-2020 se propuso que “según corresponda al contexto nacional, los países consideren la posibilidad de utilizar instrumentos económicos que estén justificados por pruebas, y que pueden incluir impuestos y subvenciones para mejorar el acceso a opciones dietéticas saludables y así, crear incentivos para comportamientos asociados a la mejora de los resultados sanitarios y desalentar el consumo de opciones menos saludables” (OMS, 2014).

La teoría económica sugiere que aumentar el precio de los alimentos con alto contenido de nutrientes (como el exceso de energía [contenido calórico], sodio, azúcar y grasas saturadas) y/o reducir el precio de los alimentos con alto contenido de nutrientes que son beneficiosos para la salud (como la fibra y las grasas insaturadas), puede mejorar la calidad nutricional de las dietas, aumentar los ingresos y las arcas fiscales, permitiendo el financiamiento de otras intervenciones de salud o gastos del estado, y enviar un mensaje claro a los consumidores sobre qué alimentos son más saludables (Engelhard, 2009).

Según ciertos estudios reducir los precios de los alimentos nutritivos y encarecer los de los alimentos que no son saludables mediante, por ejemplo, impuestos y subvenciones puede ser una forma de influir en el comportamiento de los consumidores y, por consiguiente, en la ingesta de alimentos (Eyles *et al.*, 2012).

### **Compras públicas de alimentos y circuitos cortos de comercialización en los entornos alimentarios.**

Las compras públicas han adquirido un rol importante en la agenda del desarrollo, particularmente en América Latina y el Caribe, debido al potencial impacto en la agricultura local - a través de la generación de mercados y redes de distribución - y en materia de nutrición, educación y salud de la población. A pesar de su gran importancia, aún falta evidencia respecto a su real impacto en los sistemas alimentarios.

No obstante lo anterior, todo parece indicar que el uso de las compras públicas como herramienta para la provisión de alimentos en escuelas, hospitales, lugares de trabajo y edificios gubernamentales tiene el potencial de influir en la producción, en particular al obtener los alimentos de los productores locales. Esta situación se ha dado, por ejemplo, en Brasil (Hawkes *et al.*, 2016).

**Promoción, publicidad y marketing de alimentos.** Existe evidencia de que las promociones, la comercialización y la publicidad de los alimentos influyen en los consumidores a la hora de decidir qué tipo de alimentos comprar y consumir. Es una situación que afecta el entorno alimentario, y si bien hay copiosa evidencia de sus efectos en la toma de decisiones, aún no existe claridad de cómo esto modificaría los entornos alimentarios.

La evidencia indica que las estrategias de promoción dirigida a los niños efectivamente impactan en sus preferencias y prácticas de alimentación (Boyland *et al.*, 2016; Smith, Yeatland y Boyland, 2019). Por esto, la Organización Mundial de la Salud (OMS) recomendó que los países garanticen entornos alimentarios más sanos, restringiendo la comercialización de productos con alto contenido energético, así como alimentos y bebidas pobres en nutrientes, en particular productos con alto contenido de grasas saturadas, azúcares y sal (OMS, 2012).

**Regulación a la información y comercialización de productos altos en nutrientes críticos.** El etiquetado nutricional ha sido una preocupación de larga data en muchos países. Es fundamental proporcionar información confiable y detallada sobre el contenido de nutrientes de un alimento dado que puede afectar la decisión de compra de las personas, y en consecuencia, incidir en su relación con los entornos alimentarios. Ya son varios los países en el mundo que han regulado la información al consumidor y la comercialización de productos altos en nutrientes críticos, entre ellos Chile, Perú, Uruguay y México.

Evaluaciones en Chile, a un año de implementada la ley de etiquetado frontal (2016), indican que la regulación está cambiando las percepciones, actitudes y comportamientos hacia patrones de alimentación más saludables (Correa *et al.*,

2019), a la vez que varios grupos de alimentos y bebidas disminuyeron su contenido de energía, sodio, azúcares totales y grasas saturadas. Aún queda por ver cómo reaccionan los consumidores a estos cambios y si esta reformulación tiene un impacto positivo o negativo en la calidad del suministro de alimentos en general, teniendo en cuenta, por ejemplo, otros nutrientes o componentes de los alimentos, como los edulcorantes no nutritivos (Reyes *et al.*, 2020). Evidentemente, el actual escenario socioeconómico impone nuevos retos a este mecanismo de modificación de entornos alimentarios.

**e-commerce.** La industria del comercio electrónico se ha convertido en una tendencia global en continuo crecimiento, impulsada, principalmente, por el avance de internet y el aumento de usuarios conectados en el mundo. A su vez, la concentración de consumidores en ciudades, su acceso más fácil al crédito y la entrada paulatina de nuevas plataformas digitales en tiendas comerciales, han impulsado la transformación del comercio minorista y los hábitos de compra de la población (Torres Torres y Rojas Martínez, 2016).

Al igual que otros mercados jóvenes que están adoptando el comercio electrónico, América Latina y el Caribe han experimentado cambios dramáticos en la tecnología e infraestructura para esta modalidad de comercialización, con mejoras en los sistemas de pago, envíos y logística, así como un gran crecimiento del número de comercio electrónico minorista en la región.

Para poder involucrar a los productores agrícolas en un sistema de comercio electrónico, además de acortar la brecha digital, el diseño de mercadeo en sí mismo no debería alejarse mucho de las vías de comercialización a los que los productores se encuentran acostumbrados, en lo que respecta a frecuencia de venta, formas de pago, de venta, esfuerzo, expectativas, creencias, y posibilidades (Bravo, 2018).



## Fenómenos alimentarios por describir: grandes oportunidades

**Biología aplicada a la producción de alimentos.** Existe un creciente interés en conocer cómo la utilización de biotecnología afecta los entornos alimentarios. En particular, cómo se pueden ofrecer alimentos con agregación de valor a un segmento de consumidores que valoran el uso de nuevas tecnologías, especialmente aquellas amigables con el medio ambiente. También es relevante el rol que esta disciplina pudiera tener sobre la “creación” de alimentos ricos en determinados macro o micronutrientes deficitarios en las dietas convencionales de un determinado territorio, por ejemplo.

**Marketing de alimentos por determinantes sociales.** Expertos indican que la industria de alimentos dirige mayoritariamente su publicidad y marketing a segmentos específicos de la población (países, etnias, grupos de personas y grupos de edad), lo que aún no es ampliamente estudiado y es de gran interés para el adecuado diseño de regulaciones que mejoren los entornos alimentarios (Bustos, 2020).

---

## Reflexiones sobre la situación actual

En América Latina y el Caribe, se espera que la pobreza aumente, lo que afectará directamente el acceso a los alimentos. Frente a este complejo escenario, el sistema alimentario necesita soluciones urgentes e innovadoras, considerando las particularidades de cada país (con sus riesgos, oportunidades y vulnerabilidades) con el propósito de ayudar a identificar áreas de prioridad para desarrollar políticas, programas e inversiones.

Es probable que en este nuevo contexto emerjan nuevos fenómenos alimentarios, o bien los ya identificados se vean afectados por la pandemia, lo que impactaría en la priorización de su abordaje. Los impactos sobre la oferta y demanda de alimentos dependerán de las estructuras productivas y comerciales de los países, de sus niveles y grado de desigualdad de los ingresos, y de factores externos relacionados con los mercados (FAO, 2020). Asimismo, se prevé un impacto en la oferta de alimentos debido a las medidas restrictivas impuestas con fines sanitarios. Un fenómeno emergente de especial interés es el del *e-commerce*, por: el rol protagónico que ha tomado durante la crisis sanitaria en ciertos grupos de la población y su potencial impacto en la salud, y la necesidad de regular y fiscalizar la comercialización de alimentos por esta modalidad para favorecer la participación inclusiva y evitar la concentración de mercado. Parece ser tan importante la irrupción de esta modalidad de comerciar alimentos, que se le dedicará un número especial dentro de la presente serie.

Es fundamental mantener la atención sobre el monitoreo de indicadores nutricionales, poniendo especial atención en la doble carga nutricional, en particular en países que, previo a la pandemia, ponían sus esfuerzos en el abordaje de la obesidad y sobrepeso y que habían dado por superada la desnutrición, como es el caso de Chile.

Otras medidas recomendadas para el abordaje de la pandemia en el corto y mediano plazo son: asegurar la continuidad de las comidas a los estudiantes que participan de los programas de alimentación escolar; favorecer las compras públicas de alimentos, especialmente provenientes de productores de agricultura de pequeña escala; favorecer los circuitos cortos de comercialización para dinamizar las economías locales; y diseñar medidas fiscales para favorecer el acceso a las personas a alimentos nutritivos y a precios asequibles.

## Bibliografía

- Boyland, E. J., Nolan, S., Kelly, B., Tudur-Smith, C., Jones, A., Halford, J. C. y Robinson, E. 2016. Advertising as a cue to consume: a systematic review and meta-analysis of the effects of acute exposure to unhealthy food and nonalcoholic beverage advertising on intake in children and adults. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 103 (2): 519-33. (disponible en: <https://doi.org/10.3945/ajcn.115.120022>).
- Bravo, F. 2018. Evaluación del "comercio electrónico" como canal de comercialización para productos de la agricultura familiar campesina. Tesis de Posgrado. Facultad De Ciencias Veterinarias y Pecuarias de la Universidad de Chile. (disponible en: <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/151215>). Acceso: 17 de agosto de 2020.
- Bridle-Fitzpatrick, S. 2015. Food deserts or food swamps: A mixed-methods study of local food environments in a Mexican city. *Social Science and Medicine*, 142: 202-13. (disponible en: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/26318209/>).
- Bustos, S. 2020. Hoja de Ruta Estratégica para el Desarrollo de Herramientas que permitan identificar, clasificar, caracterizar y evaluar fenómenos emergentes asociados al funcionamiento del sistema alimentario. No publicado.
- Correa, T., Fierro, C., Reyes, M., Dillman Carpentier, F. R., Taillie, L. S., y Corvalán, C. 2019. Responses to the Chilean law of food labeling and advertising: exploring knowledge, perceptions and behaviors of mothers of young children. *IJBNPA*, 16 (1): 21. (disponible en: <https://ijbnpa.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12966-019-0781-x>).
- Cummins, S. y Macintyre, S. 2002. "Food deserts" –evidence and assumption in health policy making. *BMJ*, 325 (7361): 436-8. (disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1123946/>).
- Engelhard, C.L., Garson, A. y Dorn, S. 2009. *Reducing obesity: policy strategies from the tobacco wars*. Washington D. C. The Urban Institute.
- Eyles, H., Ni Mhurchu, C., Nghiem, N. y Blakely, T. 2012. Food pricing strategies, population diets, and non-communicable disease: a systematic review of simulation studies. *PLoS Med*, 9 (12): e1001353. (disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3519906/>).
- FAO y CELAC. 2020. *Seguridad Alimentaria bajo la Pandemia de COVID-19*. [http://www.fao.org/fileadmin/user\\_upload/rlc/docs/covid19/Boletin-FAO-CELAC.pdf](http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/rlc/docs/covid19/Boletin-FAO-CELAC.pdf)
- FAO, OPS, WFP y UNICEF. 2018. *Panorama de la seguridad alimentaria y nutricional en América Latina y el Caribe 2018*. Santiago. FAO.
- Ghosh-Dastidar, B., Cohen, D., Hunter, G., Zenk, S. N., Huang, C., Beckman, R. y Dubowitz, T. 2014. Distance to store, food prices, and obesity in urban food deserts. *Am J Prev Med* 47(5): 587-95. (disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4205193/>).
- Hawkes, C., Gerken Brazil, B., Rugani Ribeiro de Castro, I., y Constante Jaime, P. 2016. How to engage across sectors: lessons from agriculture and nutrition in the Brazilian School Feeding Program. *Revista de Saúde Pública*, 50 (47). (disponible en: [https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-89102016000100231&lng=en&nrm=iso](https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-89102016000100231&lng=en&nrm=iso)).
- HLPE. 2017. *La nutrición y los sistemas alimentarios. Un informe del Grupo de alto nivel de expertos en seguridad alimentaria y nutrición del Comité de Seguridad Alimentaria Mundial*. Roma. FAO. (disponible en: <http://www.fao.org/3/i7846ES/i7846es.pdf>).
- LeClair, M. S. y Aksan, A. M. 2014. Redefining the food desert: combining GIS with direct observation to measure food access. *Agriculture and Human Values*, 31 (4): 537-547. (disponible en: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10460-014-9501-y>).
- Leete, L., Bania, N. y Sparks-Ibanga, A. 2011. Congruence and Coverage: Alternative Approaches to Identifying Urban Food Deserts and Food Hinterlands. *Journal of Planning Education and Research*, 32 (2): 204-218. (disponible en: <https://doi.org/10.1177/0739456X11427145>).
- Matson, J. 2012. High and dry in the food desert. *Sci Am*, 306 (5): 96. (disponible en: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/22550934/>).

- Miller, M, Middendorf, G. y Wood, S. D. 2015. Food Availability in the Heartland: Exploring the Effects of Neighborhood Racial and Income Composition. *Rural Sociology*, 80 (3): 340-361. (disponible en: <https://doi.org/10.1111/ruso.12063>).
- Morton, L. y Blanchard, T. 2007. Starved for Access: Life in Rural America's Food Deserts. *Rural Realities*, 1(4): 2-9. (disponible en: [https://www.iatp.org/sites/default/files/258\\_2\\_98043.pdf](https://www.iatp.org/sites/default/files/258_2_98043.pdf)).
- OMS. 2012. A framework for implementing the set of recommendations on the marketing of foods and non-alcoholic beverages to children. Ginebra. (disponible en: [https://www.who.int/dietphysicalactivity/framework\\_marketing\\_food\\_to\\_children/en/](https://www.who.int/dietphysicalactivity/framework_marketing_food_to_children/en/)).
- OMS. 2014. Fiscal policy options with potential for improving diets for the prevention of noncommunicable diseases (NCDs). Background paper for technical meeting on fiscal policies for improving diets. Ginebra.
- Reisig, V. y Hobbiss, A. 2016. Food deserts and how to tackle them: a study of one city's approach. *Health Education Journal*, 59 (2): 137-149. (disponible en: <https://doi.org/10.1177%2F001789690005900203>).
- Reyes, M., Smith Taillie, L., Popkin, B., Kanter, R., Vandevijvere, S. y Corvalán, C. 2020. Changes in the amount of nutrient of packaged foods and beverages after the initial implementation of the Chilean Law of Food Labelling and Advertising: A nonexperimental prospective study. *PLoS Med*, 17 (7): e1003220. (disponible en: <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1003220>).
- Smith, C., Butterfass, J. y Richards, R. 2010. Environment influences food access and resulting shopping and dietary behaviors among homeless Minnesotans living in food deserts. *Agriculture and Human Values*, 27 (2): 141-161. (disponible en: <https://doi.org/10.1007/s10460-009-9191-z>).
- Smith, R., Kelly, B., Yeatman, H. y Boyland, E. 2019. Food Marketing Influences Children's Attitudes, Preferences and Consumption: A Systematic Critical Review. *Nutrients*, 11 (4). (disponible en: <https://www.mdpi.com/2072-6643/11/4/875>).
- Torres Torres, F. y Rojas Martínez, A. 2016. Expectativas de la distribución electrónica de alimentos en México. *Estudios sociales (Hermosillo, Son.)*, 26: 131-163. (disponible en: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-45572016000200131](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-45572016000200131)).
- Wagner, J., Hinton, L., McCordic, C., Owuor, S. Capron, G. y González Arellano, S. 2019. Do Urban Food Deserts Exist in the Global South? An Analysis of Nairobi and Mexico City. *Sustainability*, 11 (7): 11-15. (disponible en: <https://ideas.repec.org/a/gam/jsusta/v11y2019i7p1963-d219396.html>).
- Yang, H., Carmon, Z., Kahn, B., Malani, A. Schwartz, J., Volpp, K. y Wansink, B. 2012. The hot-cold decision triangle: A framework for healthier choices. *Marketing Letters*, 23 (2): 457-472. (disponible en: <https://psycnet.apa.org/doi/10.1007/s11002-012-9179-0>).
- Zhong, T., Si, Z., Crush, J., Xu, Z., Huang, X., Scott, S., Tang, S. y Zhang, X. 2018. The Impact of Proximity to Wet Markets and Supermarkets on Household Dietary Diversity in Nanjing City, China. *Sustainability*, 10 (5): 1465. (disponible en: <https://doi.org/10.3390/su10051465>).