

Caracterización del entorno alimentario minorista de los barrios de Bella Italia y Punta Rieles



Intendencia
Montevideo



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY

Caracterización del entorno alimentario minorista de los barrios de Bella Italia y Punta Rieles

Autores:

Gastón Ares^{1,2}, Alejandra Girona^{1,3}, Gerónimo Brunet¹, Florencia Alcaire^{1,2},
Gabriela Fajardo^{1,3}, Leticia Vidal^{1,2}, Carolina Paroli⁴, Marcelo Amado⁴,
Viviana Santín⁴

¹ Núcleo Interdisciplinario Alimentación y Bienestar, Espacio Interdisciplinario,
Universidad de la República

² Instituto Polo Tecnológico de Pando, Facultad de Química, Universidad
de la República

³ Observatorio del Derecho a la Alimentación, Escuela de Nutrición,
Universidad de la República

⁴ Intendencia de Montevideo

Colaboradores:

Programa Integral Metropolitano - Udelar (Marcelo Pérez, Leticia Folgar,
Guidahí Parrilla, Lucía Abbadie), Cecilia Piñeyro, Gustavo Laborde,
Vanessa Brocos, Belén Araujo, Gabriel Damiano, Valentina Llavayol,
Elías Acevedo, Leandro Machín

Diseño y diagramación: Leticia Varela

Julio de 2024

Montevideo, Uruguay

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons
Reconocimiento No Comercial 4.0 Internacional.

Contacto: alimentacionybienestar@ei.udelar.edu.uy
www.alimentacionybienestar.ei.udelar.edu.uy

Nota:

El presente trabajo se enmarca en el proyecto "Caracterización del entorno alimentario minorista del departamento de Montevideo" (FCE_3_2022_1_172443), financiado por la Agencia Nacional de Investigación e Innovación. El proyecto fue aprobado por el Comité de Ética en Investigación en Seres Humanos de la Facultad de Química de la Universidad de la República.

Contenido

Resumen	4
1. Introducción	5
2. Objetivos	8
3. Metodología	10
3.1. Relevamiento de puntos de venta de alimentos	12
3.2. Caracterización del acceso físico a alimentos recomendados	12
3.3. Entrevistas a personas residentes en los barrios seleccionados	13
3.4. Entrevistas a personas responsables de puntos de venta	13
4. Resultados	14
4.1. Características de los puntos de venta de alimentos de los barrios de Bella Italia y Punta Rieles	15
4.2. Caracterización del acceso físico a alimentos recomendados en los barrios de Bella Italia y Punta Rieles	18
4.3. Percepción de referentes territoriales sobre la disponibilidad de alimentos en Bella Italia y Punta Rieles	20
4.4. Factores determinantes de la oferta de alimentos en almacenes de Bella Italia y Punta Rieles	24
5. Discusión y Conclusiones	28
Referencias	31

Resumen

El presente trabajo tuvo como objetivo caracterizar el entorno alimentario minorista de los barrios de Bella Italia y Punta Rieles. Se realizó un relevamiento de todos los puntos de venta minoristas de alimentos ubicados en los 18 segmentos censales incluidos en el área de estudio. Para cada punto de venta se registró el tipo de punto de venta, la ubicación y la existencia de venta de las siguientes categorías de alimentos: frutas y verduras, carnes (vaca, pollo, cerdo), pescado, leche, huevos, ingredientes culinarios, alimentos procesados, y productos ultraprocesados. Se realizó una geolocalización de los puntos de venta y se evaluó la existencia de zonas con acceso físico limitado a alimentos recomendados por la guía alimentaria para la población uruguaya. Además, se realizaron entrevistas semi-estructuradas a referentes barriales y responsables de puntos de venta. Se identificaron un total de 415 puntos de venta minorista de alimentos, 48% de los cuales correspondieron a almacenes. Los productos ultra-procesados fueron la categoría de alimentos vendida en el mayor número de puntos de venta. Por su parte, aproximadamente 5 de cada 10 puntos vendía leche pasteurizada o en polvo, 4 de cada 10 vendía huevos, aproximadamente 3 de cada 10 frutas y verduras, y 2 de cada 10 carnes. La mayoría del territorio analizado no presentó mayores dificultades de acceso físico a los grupos de alimentos recomendados por la guía alimentaria para la población uruguaya. Sin embargo, las personas entrevistadas indicaron que suelen trasladarse largas distancias para acceder a alimentos a menor precio y de mayor variedad y calidad. Las entrevistas con personas responsables de almacenes permitieron identificar una serie de dificultades logísticas para abastecerse, principalmente en relación a frutas y verduras de calidad. Los resultados sugieren la necesidad de implementar estrategias para mejorar la capacidad de los hogares de adquirir a alimentos a precios accesibles en los puntos de venta minoristas del territorio de Bella Italia y Punta Rieles, con el fin de promover cambios en los patrones de alimentación, el estado nutricional y la salud en general.

1. Introducción

Los entornos alimentarios pueden definirse como "el contexto físico, económico, político y socio-cultural a través del cual los consumidores interactúan con el sistema alimentario para obtener, preparar y consumir los alimentos".¹ Una de las dimensiones de dichos entornos son los entornos alimentarios minoristas, los cuales pueden ser definidos como el conjunto de puntos de venta de alimentos, los cuales determinan la disponibilidad de alimentos e influyen fuertemente en la selección de alimentos de la ciudadanía.²⁻⁵

Por este motivo, la caracterización de los entornos alimentarios minoristas es un insumo relevante para el diseño de políticas públicas orientadas a garantizar el derecho a la alimentación adecuada de la población, permitiendo además la focalización de las acciones de acuerdo con la disponibilidad de alimentos en áreas específicas del territorio.⁶ A pesar de la relevancia de este tema, hasta el momento no ha sido abordado en el país.

La caracterización de los entornos alimentarios minoristas involucra dos dimensiones, la disponibilidad y la accesibilidad o proximidad física a los alimentos.⁷ La disponibilidad se refiere a la oferta de alimentos, mientras que la accesibilidad se refiere a la ubicación de los puntos de venta y la facilidad para llegar a ellos teniendo en cuenta la distancia, el tiempo de viaje y/o el costo.^{8,9} En particular, la accesibilidad o proximidad física a comercios minoristas que venden alimentos recomendados y no recomendados como parte de una alimentación saludable es una de las dimensiones más utilizadas para caracterizar el entorno alimentario minorista.¹⁰ Esta característica puede ser operacionalizada a través de la densidad de distintos puntos de venta en un área específica o la distancia que debe ser recorrida desde los hogares para llegar a puntos de venta de distintos tipos de alimentos.^{4,6} La falta de accesibilidad a alimentos recomendados se ha asociado con un bajo consumo de frutas y hortalizas, mientras que la elevada accesibilidad a productos no recomendados, tales como productos ultra-procesados, se ha asociado con hábitos alimentarios no saludables.^{3-5,9}

En este contexto, el presente trabajo tuvo como objetivo caracterizar el entorno alimentario minorista de dos barrios de Montevideo: Bella Italia y Punta Rieles, ubicados en el Municipio F. Este Municipio, junto con los Municipios A y D, se caracterizan por presentar el mayor porcentaje de hogares bajo la línea de pobreza y con necesidades básicas insatisfechas en el Departamento de Montevideo.¹¹ Bella Italia y Punta Rieles son territorios heterogéneos, donde convergen zonas con realidades socio-económicas sumamente diferentes, incluyendo zonas urbanizadas de fines del Siglo XIX y comienzos del Siglo XX, espacios rurales, terrenos baldíos, realojos de la zona y de otras zonas de Montevideo, así como una serie de asentamientos donde las condiciones socio-económicas son de extrema vulnerabilidad.¹² De acuerdo a un estudio realizado en el segundo semestre de 2022 por la Escuela de Nutrición, el Programa Integral Metropolitano, la Facultad de Ciencias Económicas y de Administración y la Facultad de Ciencias Sociales de la Udelar, el 39,7% de los hogares con adolescentes en Bella Italia y Punta Rieles presentaba inseguridad alimentaria moderada o grave: el 27,3% de los hogares había experimentado inseguridad alimentaria moderada, mientras que el 12,4% había experimentado inseguridad alimentaria grave.¹² Además se observó entre los adolescentes una baja frecuencia de consumo de alimentos fuentes de nutrientes esenciales, tales como carnes, frutas y verduras.¹² El presente trabajo busca darle continuidad al estudio anterior¹² a través del análisis de la disponibilidad y el acceso físico a los alimentos en la zona.

2. Objetivos

Caracterizar el entorno alimentario minorista de los barrios de Bella Italia y Punta Rieles.

Objetivos específicos

- Conocer la disponibilidad de puntos de venta minorista de alimentos en los barrios de Bella Italia y Punta Rieles.
- Caracterizar los puntos de venta minorista de los barrios de Bella Italia y Punta Rieles.
- Caracterizar el acceso físico a alimentos recomendados en los barrios de Bella Italia y Punta Rieles.
- Explorar la percepción de referentes territoriales sobre la disponibilidad de alimentos en los barrios seleccionados.
- Explorar los factores determinantes de la oferta de alimentos en almacenes barriales.

3. Metodología

Para la delimitación geográfica de los barrios de Bella Italia y Punta Rieles se utilizaron 18 segmentos censales correspondientes a las secciones censales 011 y 099 del Departamento de Montevideo (Figura 1). El área de estudio abarcó una superficie de 10,75 km² que representa el 12,6% de la superficie del Municipio F.

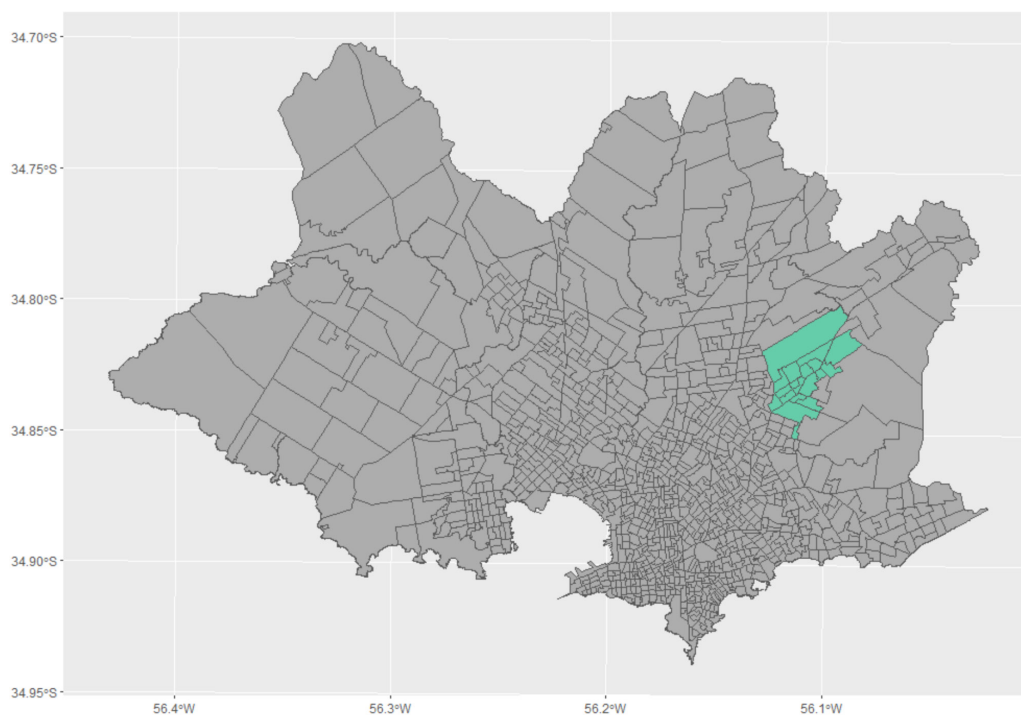


Figura 1. Área de estudio considerada para la caracterización del entorno alimentario minorista de los barrios de Bella Italia y Punta Rieles.

3.1. Relevamiento de puntos de venta de alimentos

Se realizó un relevamiento de puntos de venta de alimentos utilizando observación en territorio.^{13,14} Grupos de observadores recorrieron todas las calles ubicadas dentro de los 18 segmentos censales incluidos en el área de estudio para registrar todos los puntos de venta minoristas de alimentos. Para cada punto de venta, se registró el tipo de punto de venta, la ubicación exacta y si existía venta de frutas y verduras, carnes (vaca, pollo, cerdo), pescado, leche, huevos, ingredientes culinarios, alimentos procesados, y productos ultraprocesados. El trabajo de campo se realizó en días de semana entre las 9 y 13 horas, entre noviembre de 2023 y febrero de 2024.

3.2. Caracterización del acceso físico a alimentos recomendados

Se geolocalizó cada uno de los puntos de venta identificados utilizando la API de direcciones del Sistema Único de Direcciones Geográficas de Uruguay. Una vez finalizada la geolocalización, se procedió a la caracterización del acceso físico a alimentos recomendados. Para esto, se procedió a la identificación de zonas con acceso físico limitado a alimentos recomendados por la guía alimentaria para la población uruguaya. Se utilizó el criterio definido por el grupo de investigación en el contexto del proyecto "Caracterización de entornos alimentarios minoristas del departamento de Montevideo", financiado por la Agencia Nacional de Investigación e Innovación. Se consideró que un punto del territorio tiene acceso limitado a alimentos recomendados si no tiene acceso a un punto de venta de al menos uno de los siguientes tipos de alimentos a una distancia máxima de 600 metros: i) frutas y verduras, ii) carnes, iii) huevos, iv) leche, v) ingredientes culinarios. Se crearon áreas de servicio de radio 600 metros, considerando distancias Euclidianas, en torno a cada uno de los puntos de venta de los grupos de alimentos seleccionados y se identificaron las áreas con acceso limitado a alimentos recomendados.

3.3. Entrevistas a referentes de los barrios seleccionados

Se realizaron 8 entrevistas semi-estructuradas con referentes territoriales de distintas zonas de Bella Italia y Punta Rieles. Participaron 3 hombres y 5 mujeres con edades comprendidas entre los 35 y 90 años. Los participantes fueron seleccionados en forma intencionada por sus posibilidades de ofrecer información detallada sobre el asunto de interés de la investigación. Las personas entrevistadas fueron invitadas a participar y firmaron un consentimiento informado previo a la entrevista. Se trabajó con una guía de preguntas semi-estructurada para conocer las experiencias de compra de alimentos y su percepción sobre la disponibilidad de alimentos en la zona. Se puso énfasis en explorar aspectos vinculados a frutas, verduras y carnes. Las entrevistas fueron grabadas en audio y transcritas con la asistencia del software Whisper. Las transcripciones fueron analizadas mediante análisis de contenido basado en codificación inductiva.

3.4. Entrevistas a personas responsables de puntos de venta

Se realizaron 10 entrevistas semi-estructuradas con personas responsables de almacenes de los barrios de Bella Italia y Punta Rieles. Se trabajó con responsables de almacenes de distinto tamaño y distribuidos en el territorio. La guía de preguntas exploró los factores que determinan la oferta de alimentos y las dificultades para la venta de frutas, verduras y carne. Las entrevistas fueron grabadas en audio, transcritas con la asistencia del software Whisper y analizadas utilizando análisis de contenido basado en codificación inductiva.

4. Resultados

4.1. Características de los puntos de venta de alimentos de los barrios de Bella Italia y Punta Rieles

Se identificaron un total de 415 puntos de venta en los barrios de Bella Italia y Punta Rieles. Los almacenes* fueron el tipo de punto de venta más prevalente, correspondiendo al 48,2% de todos los puntos de venta. El resto de los tipos de punto de venta identificados fueron mucho menos prevalentes, correspondiendo a menos de 10% de los puntos de venta operativos (Figura 2).

* Puntos de venta con atención al público a través de mostrador (no autoservicio) y una caja para el pago de las compras.

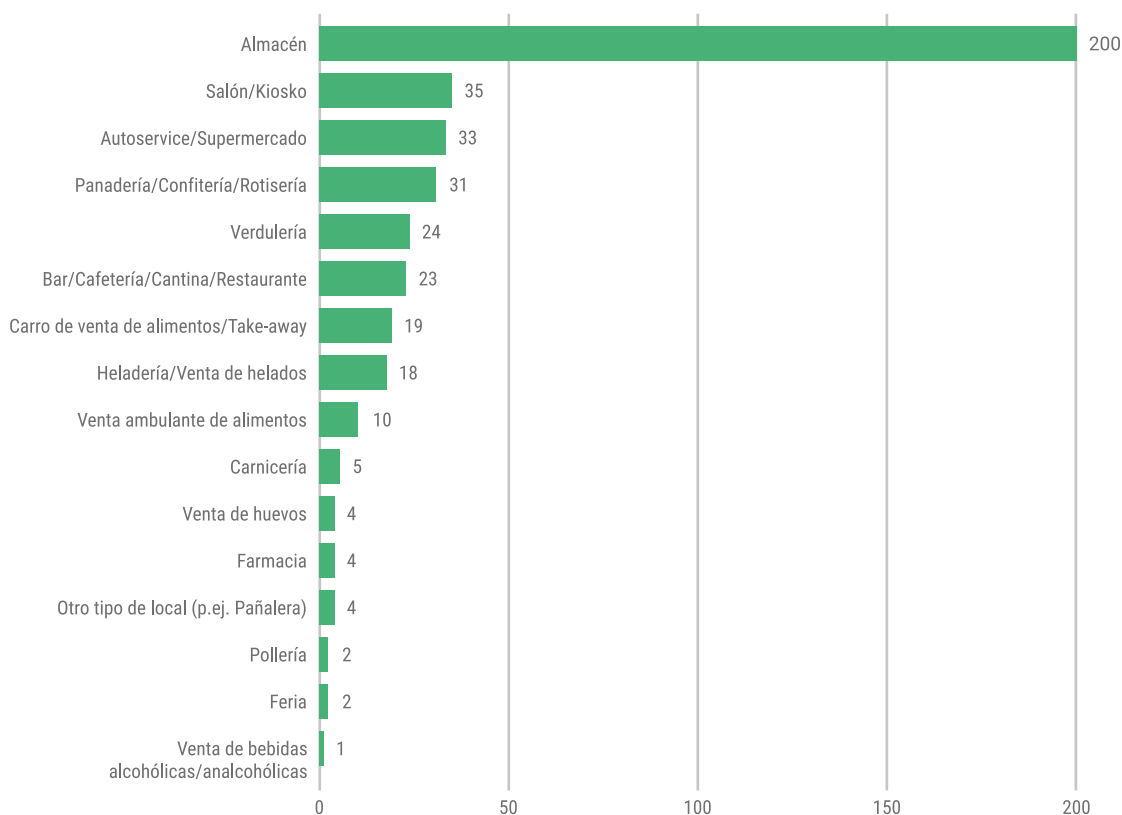


Figura 2. Número de distintos tipos de puntos de venta de alimentos identificados en los barrios de Bella Italia y Punta Rieles.

En la Tabla 1 se presenta el número y porcentaje de puntos que vendían distintas categorías de alimentos. Como se observa, más de la mitad de los puntos vendían alimentos envasados, tales como ingredientes culinarios, productos procesados y ultra-procesados. En particular, los productos ultra-procesados fueron la categoría de alimentos vendida en el mayor número de puntos de venta. Por su parte, aproximadamente 5 de cada 10 puntos de venta vendía leche pasteurizada o en polvo, mientras que 4 de cada 10 vendía huevos, aproximadamente 3 de cada 10 frutas y verduras, y aproximadamente 2 de cada 10 carnes. La venta de pescado fue sumamente infrecuente: únicamente 6 puntos de venta en toda el área vendían pescado fresco o congelado.

Tabla 1. Número y porcentaje de puntos que vendían distintas categorías de alimentos en los barrios de Bella Italia y Punta Rieles.

Categoría	Número de puntos de venta	Porcentaje de los puntos de venta (%)
Frutas y verduras	142	34,2
Leche	204	49,2
Huevos	169	40,7
Carnes	78	18,8
Pescado	6	1,5
Ingredientes culinarios	228	54,9
Alimentos procesados	255	61,5
Ultra-procesados	361	87,0

Los almacenes son el principal tipo de punto de venta donde las personas residentes en los barrios de Bella Italia y Punta Rieles pueden comprar todas las categorías de alimentos consideradas, con excepción del pescado. Como se observa en la Tabla 2, correspondieron a las dos terceras partes o más de los puntos de venta de frutas y verduras, carnes, leche pasteurizada o en polvo, huevos, ingredientes culinarios y alimentos procesados en la zona. En lo que respecta al pescado, los principales puntos de venta en la zona fueron los autoservicios y supermercados, así como las ferias de alimentos.

En lo que respecta a los productos ultra-procesados, se observó oferta en una diversidad de tipos de puntos de venta. Los almacenes correspondieron al 52,3%, seguidos por los restaurantes, bares o carros de venta

de alimentos (11,7%), los salones o kioscos (9,3%) y los autoservicios o supermercados (8,8%).

Tabla 2. Distribución porcentual de los puntos de venta de diferentes categorías de alimentos en los barrios de Bella Italia y Punta Rieles.

Tipo de punto de venta	Porcentaje de los puntos de venta que vendían la categoría de alimentos (%)							
	Frutas y verduras	Carnes	Leche	Pescado	Huevos	Ingredientes culinarios	Alimentos procesados	Ultra-procesados
Almacén	64,6	66,7	79,9	16,7	71,5	78,4	72,8	52,3
Autoservicio o supermercado	12,2	14,9	11,5	33,3	14,5	12,0	10,8	8,8
Panadería, confitería o rotisería	1,4	2,3	6,2	0,0	0,6	2,1	6,3	6,1
Salón o kiosco	0,7	0,0	1,9	0,0	1,7	2,9	5,6	9,3
Verdulería	17,0	0,0	0,0	0,0	5,8	0,4	0,4	0,5
Carnicería o pollería	1,4	1,1	0,5	0,0	2,9	2,9	2,6	3,4
Restaurantes, bares, o carros de venta de alimentos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	11,7
Venta ambulante	1,4	0,0	0,0	16,7	1,7	0,4	0,7	0,8
Feria	1,4	0,0	0,0	33,3	1,2	0,8	0,7	0,5
Heladería/Venta de helados	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,2
Farmacias	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8
Otros	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,6

En la Tabla 3 se presenta la densidad de puntos según categorías de alimentos comercializados en los Barrios de Bella Italia y Punta Rieles, expresada como número de puntos de venta por km². Se registraron puntos de venta de frutas y verduras, carnes, leche, huevos, ingredientes culinarios, alimentos procesados, y productos procesados en todos los segmentos censales. La única excepción fueron los puntos de venta de carnes, los cuales no se encontraron en uno de los segmentos censales (11168). En el caso del pescado, se encontraron puntos de venta únicamente en 6 de los 18 segmentos censales.

La densidad de puntos de venta de alimentos naturales recomendados por la guía alimentaria para la población uruguaya estuvo comprendida entre 0.0 y 53,4, dependiendo de la categoría de alimento considerado. En el caso

particular de la venta de frutas y verduras estuvo comprendida entre 7.0 y 35.6 puntos por kilómetro cuadrado. La densidad de puntos de venta de productos ultra-procesados fue mayor que la densidad de puntos de venta de cualquier otra categoría de alimentos. Como se observa en la Tabla 3, la densidad de puntos de venta de productos ultra-procesados estuvo comprendida entre 18,4 y 88,9 puntos por kilómetro cuadrado.

Tabla 3. Número de puntos de venta de distintas categorías de alimentos por km² los barrios de Bella Italia y Punta Rieles, desagregado por segmento censal.

Segmento censal	Densidad de puntos de venta de distintas categorías de alimentos (número/km ²)							
	Frutas y verduras	Carnes	Leche	Pescado	Huevos	Ingredientes culinarios	Alimentos procesados	Ultra-procesados
111059	15,5	5,2	20,6	5,2	36,1	31,0	31,0	77,4
111060	34,7	9,9	49,6	0,0	29,7	54,5	59,5	74,3
111061	12,2	6,1	24,3	0,0	18,2	24,3	33,4	42,5
111062	8,8	6,6	19,8	0,0	13,2	28,5	28,5	35,1
111069	25,8	14,5	29,0	1,6	24,1	35,4	37,0	46,7
111091	9,4	6,5	12,1	0,0	11,4	13,6	14,3	18,4
111138	16,2	12,2	24,3	0,0	8,1	16,2	40,5	73,0
111163	35,6	23,7	41,5	0,0	53,4	59,3	65,2	88,9
111168	16,5	0,0	24,7	4,1	16,5	24,7	24,7	32,9
111263	28,5	9,5	28,5	0,0	28,5	38,0	38,0	76,0
111268	21,7	8,7	30,4	4,3	26,1	26,1	39,1	78,2
199002	11,4	4,9	20,4	0,0	13,0	18,7	20,4	26,1
199070	15,3	9,2	18,4	3,1	21,4	24,5	27,6	58,2
199108	13,0	6,5	32,5	0,0	26,0	39,0	52,0	58,5
199167	16,7	8,3	35,4	2,1	22,9	37,5	41,7	52,1
199204	7,0	2,6	9,7	0,0	11,4	11,4	13,2	19,3
199208	18,9	16,2	21,6	0,0	8,1	27,0	27,0	37,8
199267	21,0	7,0	28,0	0,0	28,0	28,0	28,0	56,0
Total	13,2	7,2	19,0	0,6	15,7	21,2	23,7	33,5

4.2. Caracterización del acceso físico a alimentos recomendados en los barrios de Bella Italia y Punta Rieles

En la Figura 3 se presenta la caracterización de los barrios de Bella Italia y Punta Rieles en función de su acceso físico a alimentos recomendados. Como se observa, en la mayoría del territorio, identificado de color verde, puede accederse, caminando una distancia máxima de 600 m, a puntos de venta de frutas y verduras, carnes, huevos, leche, e ingredientes culinarios.

Se identificaron algunas zonas con acceso físico limitado a los grupos de alimentos recomendados, es decir, en las cuales no se puede acceder caminando una distancia máxima de 600 metros a puntos de venta de alguno de los grupos de alimentos descritos anteriormente. Dichas zonas, identificadas con color gris en la Figura 3, corresponden mayoritariamente a áreas rurales o donde se ubican actividades industriales.

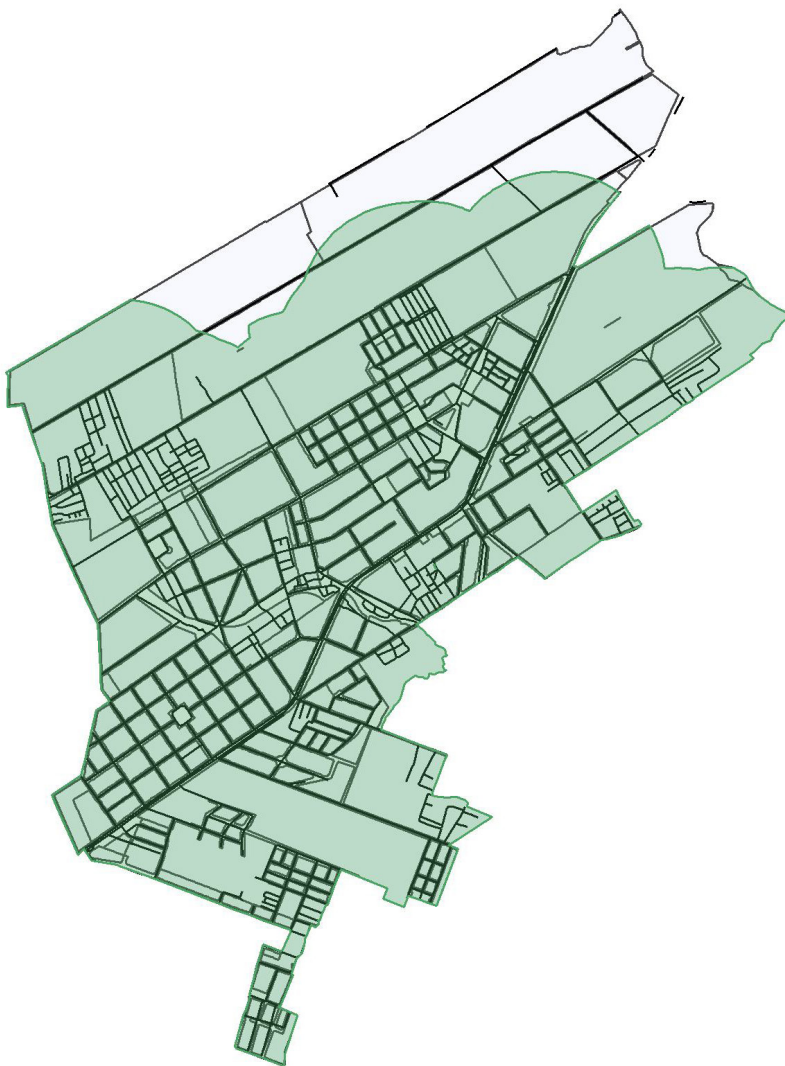


Figura 3. Caracterización de los barrios Bella Italia y Punta Rieles en relación al acceso físico a los grupos de alimentos recomendados. Las zonas verdes corresponden a áreas con acceso físico adecuado, mientras que las zonas grises corresponden a áreas con acceso físico limitado.

4.3. Percepción de referentes territoriales sobre la disponibilidad de alimentos en Bella Italia y Punta Rieles

Las personas entrevistadas no percibieron dificultades de acceso físico a los alimentos, identificando la existencia de puntos de venta de todos los grupos de alimentos, a excepción del pescado fresco. Destacaron el elevado número de puntos de venta en la zona.

*Hay muchos y venden de todo, desde el pan, productos de limpieza, la carne, frutas, verduras, productos de higiene, todo.
Yo tengo tres o cuatro almacenes cerca.
En Punta Rieles hay todo. Hay comercios de todo tipo.*

Al discutir las características de los puntos de venta cercanos a sus hogares, las personas entrevistadas enfatizaron que los precios suelen ser muy elevados. Destacaron que los precios de los alimentos en los almacenes barriales suelen ser más elevados que en los supermercados o las ferias, lo que obliga a las personas a movilizarse constantemente en busca de precios más convenientes.

Yo digo que vivimos como si fuéramos un barrio de gente adinerada. Para comprar acá, tenés que ser adinerada. El barrio es caro. A veces los precios de los almacenes no se acompañan con la necesidad de la mayoría de la gente. El almacén de barrio es lo que tiene mucho más caro, en general. Tiene esa comodidad de que lo tengo al lado, pero nada más. Está mucho más caro. Una leche por ejemplo en el almacén está 45 pesos. La leche en todos los lugares tiene que tener un precio. Un precio fijo. Acá también en 2 pesos más caro. Hay gente que tiene muchos productos, pero te pueden vender una zanahoria a 40 pesos. Una zanahoria. Entonces, está, vos vas y te querés morir. No podés comparar un precio en el [nombre de supermercado], que comprarla acá en el barrio, que por lo general, en la zona que yo vivo acá en la vuelta, ya los almaceneros están poniendo un sobreprecio. Les están poniendo un 10% sobre el costo de cada producto.

Las personas entrevistadas describieron otra serie de desventajas de los almacenes barriales. En este sentido, afirmaron que los almacenes generalmente tienen una variedad limitada de alimentos, especialmente de alimentos naturales como frutas, verduras y carne. Aquellas personas con

problemas de salud que requieren el consumo de productos especiales manifestaron dificultades para conseguirlos.

Hay muchos [almacenes] pero venden pocos productos. Cuando querés productos específicos tenés que ir al supermercado de Punta Rieles, ir a alguno en 8 de octubre o algún lado de esos.

Tenés lo básico. Lo básico. No vas a encontrar un kiwi. Vas a encontrar manzana, banana y papas.

En la vuelta en el almacén es comprar lo que haya, no sé, es esto, quiero comprar frutas esta semana y más que algún día que hay pera o alguna mandarina no tengo más opción.

Acá en la vuelta te limitas a lo que el almacenero tenga en la heladera.

Que por lo general no pasa nada de algo de [carne] picada, aguja, alguna hamburguesa y algún chorizo.

En mi caso, en casa somos todos diabéticos... Productos para diabéticos acá en la zona es difícil.

Yo soy una persona que tiene un tema de riñón. Entonces necesito comer muchas cosas sin sal. Galletas sin sal es difícil que las consiga.

También se identificaron problemas en relación al stock que manejan los almacenes, lo que dificulta encontrar variedad de alimentos al momento de realizar las compras.

Y con la fruta es que vayas y que haya. De repente no tienen y no tienen para abastecerse ellos tampoco.

Capaz que vas y nunca encontrás nada, porque lo sostienen con pocas cosas...

Depende del momento de la semana. En el momento que les llegan los cajones, sí, tienen un poquito más de variedad pero a los dos días ya es como que siguen con lo que hay hasta que se termina.

Otra de las problemáticas destacadas por las personas entrevistadas tuvo relación con la calidad de los alimentos vendidos en la mayoría de los almacenes barriales, especialmente de frutas, verduras y carnes.

De repente no es lo mismo ir acá al puesto en camino Guerra, al lado de la escuela que venden las frutas y las verduras frescas que comprarlas en un almacén que de repente hace una semana que el almacenero no puede salir por un motivo u otro y te tiene que vender las frutas y las verduras de

una semana, que te das cuenta que la calidad de lo que te está vendiendo no es la misma.

Además, en el almacén ellos traen lo que pueden también. No te traen la de buena calidad.

Y la carne picada es agua. Lo ponés en la olla y te queda la mitad de lo que ponés en la olla y el resto es todo agua. Queda toda la verdura flotando en el agua.

Además, algunas de las personas entrevistadas indicaron haber tenido problemas en relación a la fecha de vencimiento de los productos vendidos en algunos almacenes.

Me ha tocado que algunos productos por los almacenes están pasados de fechas, están vencidos.

Tenés que mirar siempre la fecha de vencimiento. Siempre. Te venden muchas cosas vencidas. No solo de alimento, ¿no? Te venden cosas vencidas y tenés que tener mucho cuidado en eso también.

Dos de las personas entrevistadas también identificaron problemas relacionados con la higiene de algunos puntos de venta.

Carne no compraría porque no me parece que un almacén venda carne. Por un tema de salubridad, más que nada...

En algunos almacenes ves que los perros se suben al mostrador.

Y después cuando entrás, aparte un poco más así a observar, ves que las heladeras no están en condiciones, que no se usan guantes para, para las cosas. Nosotros hemos tenido problemas con algunos almaceneros que te agarran el fiambre con la mano.

Finalmente, tres de las personas entrevistadas hicieron referencia a la inestabilidad de los almacenes barriales, indicaron que en muchos casos abren por períodos de tiempo reducidos y deben cerrar por problemas de rentabilidad.

Hay muchos, que ya te digo, abren poco tiempo. Los abren pero no pueden sostenerlos.

Debido a las problemáticas mencionadas anteriormente, las personas entrevistadas relataron trasladarse a puntos de venta alejados de su hogar para conseguir alimentos de precio, variedad o calidad adecuados. En al-

gunos casos las personas indicaron trasladarse largas distancias, lo que genera dificultades logísticas y gastos de transporte.

No se compra en el barrio, lo que estoy diciendo. Por el precio. Es tres veces más caro.

Yo tengo que salir a patear hasta Punta de Rieles para conseguir un mejor precio, para estirar un poquitito más el sueldo.

Si vamos con ese carrito grande, vamos caminando. Ahora sí son menos cosas, que es otro carro más chico, vamos en el ómnibus. ¿Y viste que es donde está el [nombre de supermercado], ¿no? Es una distancia digamos. Muchas veces tengo que salir a caminar porque hay cosas que acá en la vuelta yo no las encuentro. O no coincido con los precios o no coincido con la mercadería.

Tratamos de ir en la feria que es más barato.

La fruta [la compra] en los puestos de Piedras Blancas que él sabe que hay ofertas.

La gente utiliza esos recursos, caminar a Punta Rieles, caminar a Camino Maldonado. Caminar a Piedras Blancas. No es un tema de que no haya en el barrio, sino es un tema de precios... Sé que hoy hay familias que por ahí no tienen una locomoción y lo hacen.

De acuerdo a los relatos de las personas entrevistadas, los almacenes de barrio son priorizados para la compra diaria de algunos alimentos como el pan o de emergencia, así como en momentos del mes donde existen mayores restricciones económicas para la compra de alimentos. En relación a este último punto, destacaron la venta de alimentos fraccionados y el fiado como características diferenciales de los almacenes barriales.

Y ahora están vendiendo fraccionados. Fraccionados también, que ya no vendían. Como que había desaparecido eso del fraccionamiento. Ahora se está volviendo.

Este hombre uno va con 20 pesos y puede comprar. Te vende 20 pesos de azúcar o 20 pesos de yerba.

Mi caso, es un caso medio de escopeta porque yo compro en el barrio, en un almacén del barrio, acá a una cuadra... Medianamente le compro lo que consumo, que no es tanto, se lo compro a él. Porque cuando no tengo, tengo el beneficio de que tengo un crédito sin una garantía... Hay que ser recíproco.

Si el hombre cuando no tiene ayuda, cuando tiene plata anda a comprar.

Hay mucha gente que vive del fiado.

Dos de las personas entrevistadas mencionaron experiencias positivas vinculadas con la compra de alimentos en la Tienda Popular del barrio Bella Italia, destacando el precio y el envío a domicilio.

Hay alimentos, por ejemplo, el aceite en la tienda y en el [nombre de supermercado] difieren un peso y algo. No es mucha diferencia. Hay alimentos que no se nota la diferencia. Pero hay otros que sí. Por ejemplo, el bolsón de 5 kilos de fideos. Yo lo compro a los 5 kilos por 100 de algo pesos [en la Tienda Popular]. En el [nombre de supermercado], el de 3 kilos, nomás, ya está casi 200 pesos.

4.4. Factores determinantes de la oferta de alimentos en almacenes de Bella Italia y Punta Rieles

La demanda fue el principal factor determinante de la oferta de alimentos en los almacenes. Las personas responsables de almacenes entrevistadas indicaron vender los alimentos más pedidos por sus clientes. En el caso de las frutas y verduras, indicaron vender los productos más demandados, incluyendo manzanas, bananas, papas, boniatos, cebollas y zanahorias. Algunas personas indicaron traer algunos productos específicos para responder a encargos concretos.

*Lo que va pidiendo a la gente.
[Elijo qué vender] por lo que pide el público
Es lo que se vende siempre.
Lo que se vende más que la papa, al boniato, las cebollas. Lo que es más imprescindible para la gente, ¿no? Lo que piden... papa, el boniato, las cebollas, zanahoria, banana que se vende, manzana que se vende para los niños que van a la escuela y pasan por acá.
Alguna verdura x que me pidan la traigo, pero solo por pedido. Hay verduras que traigo porque me las piden.*

La existencia de competencia con puntos de venta especializados fue el principal motivo por el cual las personas entrevistadas indicaron no vender frutas, verduras y carnes. Por el contrario, la falta de puestos de frutas y verduras o carnicerías en la zona fue una motivación para la venta de estos grupos de alimentos.

[No vendemos carne] porque la carnicería está ahí [cerca del almacén] y tenemos puestos por todos lados. Es más bien un almacencito. Yo no vendo [frutas y verduras] porque ya hay puestos en la vuelta. Vendo [frutas y verduras] porque no hay verdulería acá la vuelta. Pero hace poquito que no hay... porque como saben al barrio lo mudaron... Acá había más de 100 familias. A muchos los realojaron, les dieron vivienda. Entonces ahora quedamos 42 familias.

La falta de espacio o infraestructura adecuados fue otro de los motivos para no vender frutas y verduras. En este sentido, algunas de las personas entrevistadas también destacaron los requisitos y costos asociados con la obtención de las habilitaciones necesarias para vender carne.

Porque el espacio que tengo no es adecuado para vender [frutas y verduras]. El lugar es chico. No tengo como para vender carne. No se puede. O sos almacén o sos carnicería. Acá no es viable, para mí no. No, no, eso no es viable porque nosotros tenemos problemas con la luz y eso a veces se corta y la carne te queda fea o te la quema al frío. Lo que pasa es que tenés que tener heladera, freezer. Nosotros tenemos freezer, pero no es para todo. Estos freezers de noche se desenchufan porque te congelan todo. Entonces no podés vender carne. Yo prefiero no vender carne. Porque no tengo permitido. Para eso hay que pagar, hay que tener todo en regla, pagar todo como se dice.

Las personas entrevistadas reportaron abastecer los almacenes principalmente en comercios mayoristas y en menor medida directamente de distribuidoras de algunas marcas específicas que entran a la zona. En el caso de las frutas y verduras, la UAM y los comercios mayoristas fueron los principales lugares de compra mencionados, mientras que las carnicerías de la zona fueron el principal lugar de compra de carnes.

Para surtir el almacén voy al mayorista, voy, cargo la camioneta y traigo la mercadería. Y después tengo algunos distribuidores que entran a la zona, pero son pocos. Lo único que conseguí que me traigan es el pan y la leche. Después lo voy a buscar todo yo. Voy a la UAM. [La fruta y la verdura la compro] ahí en Aparicio Saravia, en un mayorista. Es el más cerca porque sino tendría que ir a la UAM que queda muy lejos...

*Es medio caro pero de calidad está bien.
La carne la compro en la carnicería de Punta Rieles.
Estoy trayendo de una carnicería nueva, una carnicería que abrió en el kilómetro 26. Está muy en cuenta, buena carne. Y el pollo lo traigo de la carnicería Milán, ahí en Punta Rieles.*

Algunas personas reportaron dificultades logísticas para trasladarse hasta la UAM a hacer la compra de frutas y verduras, las cuales derivan en la priorización de locales mayoristas cercanos y mayores precios de venta.

*En la UAM podés encontrar más precio pero es muy lejos.
Las frutas capaz que un poco más [de 25%] porque, claro, como voy yo en mi vehículo, hay que pagar una entrada, queda lejos, es un poquito más, un 30 o un 35.*

La mejora del reparto de alimentos a los almacenes de la zona fue identificada por una de las entrevistadas como una estrategia que facilitaría el trabajo diario y reduciría los costos.

[Sería más fácil] si repartieran. Con el tema de la delincuencia, de que para estos lados de acá se puso tan complicado, dejaron el reparto.... La fruta y la verdura son los más complicados, porque después yo con los otros me manejo con corredores o tengo para traer la pasada. Lo único que no tengo para traerme la pasada es la fruta y la verdura, es lo que más tiempo me lleva ir a buscar.

En lo que respecta a los precios, la mayoría de las personas entrevistadas indicaron considerar un margen de ganancia de un 30% sobre el precio de adquisición de los productos. En algunos casos se hizo referencia a márgenes de ganancia inferiores, de entre un 20% y 25%.

*Un 30%, eso es lo que fijo.
Nosotros manejamos un 30% a todo.
A todo se le marca entre un 20 y 25%. Hay gente que está haciendo un 30, pero a veces no llego ni a marcarle ni un 20. O sea, es un barrio y se van los números. Entonces siempre le hago un 20 de lo que me sale a mí. Pero todo el mundo te dice el 30, pero el 30 se van los números. Yo soy consumidora como todo el mundo y laburante como todos y sé que hay cosas que no van... Busco más o menos el precio que todos podamos consumirlo.*

Al consultar a las personas entrevistadas por dificultades en su trabajo diario, se refirieron principalmente a la inseguridad, destacando su influencia sobre los horarios de atención y la colocación de rejas.

Todo lo que está pasando con la violencia. Así estamos, presos [en relación a las rejas]. Esto no era así, obvio, era todo abierto, ahora no. Y con eso tenemos horarios cortados, todo por la violencia.
La inseguridad que tenemos, inseguridad total, digo acá, llegan las 8 de la noche y no anda un alma.

5. Discusión y Conclusiones

Los resultados del presente trabajo mostraron una elevada disponibilidad de puntos de venta en los barrios de Bella Italia y Punta Rieles. Los almacenes fueron identificados como el tipo de punto de venta más prevalente, representando más de la mitad de los puntos de venta de alimentos fuentes de nutrientes esenciales como frutas, verduras, carnes y huevos. Este resultado concuerda con los obtenidos en la caracterización del entorno alimentario minorista de otras zonas del departamento de Montevideo.¹⁵

No se identificaron zonas residenciales con mayores problemas de disponibilidad o acceso físico a grupos de alimentos recomendados por la guía alimentaria para la población uruguaya, a excepción del pescado fresco. Para este grupo únicamente se identificaron 6 puntos de venta en todo el territorio, 2 de los cuales correspondieron a ferias. Estos resultados sugieren que la baja frecuencia de consumo de frutas, verduras y carnes en adolescentes residentes en Bella Italia y Punta Rieles observada en un estudio realizado en 2022¹² no estaría asociada a dificultades de acceso físico a los alimentos.

A pesar de la elevada disponibilidad de puntos de venta y grupos de alimentos en la zona, se identificaron indicios de problemas asociados con el precio, la calidad y la variedad de alimentos en el territorio. En particular, las personas residentes en los barrios de Bella Italia y Punta Rieles entrevistadas reportaron dificultades para acceder a alimentos de calidad, con una adecuada variedad y a un precio adecuado en los comercios. Esto sugiere la necesidad de profundizar en el conocimiento de diferencias territoriales en el costo de una dieta saludable en el departamento de Montevideo, así como en la identificación de la estructura de costos de los alimentos.

Debido a las dificultades de acceso a alimentos a precios accesibles, las personas entrevistadas relataron recurrir a puntos de venta más alejados, trasladándose largas distancias en algunos casos, comportamiento que ha sido reportado anteriormente en personas que viven en áreas con acceso físico limitado a alimentos saludables.^{16,17} Estos resultados resaltan

la necesidad de implementar estrategias para mejorar la capacidad de los hogares de adquirir alimentos a precios accesibles en los puntos de venta minoristas del territorio de Bella Italia y Punta Rieles. La literatura internacional sugiere que los circuitos cortos de comercialización y los mercados móviles son potenciales estrategias a considerar.^{18,19} La mejora del acceso a alimentos saludables de los pequeños comerciantes de la zona podría derivar en una disminución de precios, así como una mejora de la variedad y calidad de los alimentos comercializados. La promoción de "redes de seguridad alimentaria" podría aportar a la mejora de la alimentación y la nutrición, teniendo en cuenta la necesidad subyacente de generar cambios estructurales que mejoren el acceso económico a los alimentos saludables.

Referencias

1. 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. Comité de Seguridad Alimentaria Mundial: Roma.
2. Durán AC, Mialon M, Crosbie E, et al. (2021). Soluciones relacionadas con el entorno alimentario para prevenir la obesidad infantil en América Latina y en la población latina que vive en Estados Unidos. *Obesity Reviews*, 22, e13344.
3. USDA Economic Research Service (2019) Access to Affordable and Nutritious Food: Measuring and Understanding Food Deserts and Their Consequences United States Department of Agriculture. Washington DC: USDA.
4. Cooksey-Stowers K, Schwartz MB, Brownell KD (2017) Food Swamps Predict Obesity Rates Better Than Food Deserts in the United States. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14, 1366.
5. Turner, C., Aggarwal, A., Walls, H., et al. (2018). Concepts and critical perspectives for food environment research: A global framework with implications for action in low- and middle-income countries. *Global Food Security*, 18, 93-101.
6. Ni Mhurchu, C., Vandevijvere, S., Waterlander, W., et al. (2013). Monitoring the availability of healthy and unhealthy foods and non-alcoholic beverages in community and consumer retail food environments globally. *Obesity Reviews*, 14, 108-119.
7. Konapur, A., Gavaravarapu, S. R. M. and Nair, K. M. (2022). The 5 A's Approach for Contextual Assessment of Food Environment. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 54(7), pp. 621–635. doi: 10.1016/j.jneb.2022.02.017.

8. Penchansky, R., Thomas, J. W. (1981). The concept of access: Definition and relationship to consumer satisfaction. *Medical Care*, 19(2), 127–140. doi: 10.1097/00005650-198102000-00001.
9. Caspi, C.E., Sorensen, G., Subramanian, S.V., Kawachi, I. (2012). The local food environment and diet: A systematic review. *Health and Place*, 18(5), 1172–1187. doi: 10.1016/j.healthplace.2012.05.006.
10. McKinnon, R.A., Reedy, J., Morrisette, M.A., Lytle, L.A., Yaroch, A.L. (2009). Measures of the Food Environment. A compilation of the literature, 1990-2007. *Am J Prev Med*, 36, S124-S133.
11. Aguiar, S., Borrás, V. (2021) De periferias y desigualdades espaciales: el municipio F de Montevideo. En V. Cuadrado, M. Pérez (eds.), *Territorio e Integralidad: experimentando lo común* (pp. 27-61). Montevideo: Programa Integral Metropolitano - Udelar.
12. Girona, G., Fajardo, G., Piñeyro, C., et al. (2023). Situación de seguridad alimentaria y nutricional en hogares con adolescentes de los barrios Bella Italia y Punta Rieles de la ciudad de Montevideo. Montevideo: Udelar.
13. Powell, L.M., Han, E., Zenk, S.N., et al. (2011). Field validation of secondary commercial data sources on the retail food outlet environment in the U.S. *Health & Place*, 17, 1211-1131.
14. Charreire, H., Casey, R., Salze, P., et al. (2010). Measuring the food environment using geographical information systems: a methodological review. *Public Health Nutrition*, 13, 1773-1785.
15. Ares, G., Alcaire, F., Brunet, G., et al. (2024). Outlets source of foods in Montevideo: Implications for retail food environment research in the majority world. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, En prensa.
16. De master, K., Daniels, J. (2019). Desert wonderings: reimagining food access mapping. *Agriculture and Human Values*, 36(2), 241-256.
17. Sisk, A., Rapazzo, K., Luben, T., et al. (2023). Connecting people to food: A network approach to alleviating food deserts. *Journal of Transport and Health*, 101627.

18. CEPAL. (2016). Encadenamientos productivos y circuitos cortos: Innovaciones en esquemas de producción y comercialización para la agricultura familiar. Santiago de Chile: CEPAL.
19. Robinson, J., Weissman, E., Adair, S., et al. (2016). An oasis in the desert? The benefits and constraints of mobile markets operating in Syracuse, New York food deserts. *Agricultural and Human Values*, 33, 877-893.



Intendencia
Montevideo



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY