

Estudio de la UC advierte que cambió el abastecimiento de alimentos durante la pandemia:

Cae la compra en negocios locales y casi siete de cada 10 santiaguinos prefieren los supermercados

En zonas como San Joaquín, antes de la emergencia sanitaria el 32% se proveía en grandes cadenas, mientras que casi el 79% de encuestados las elige hoy.

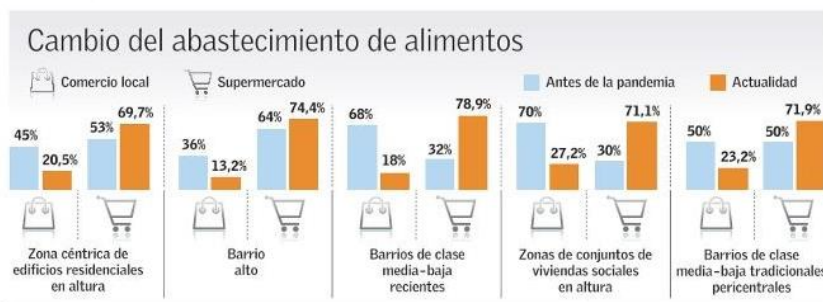
MANUEL HERNÁNDEZ

¿En qué tipo de comercio se abastece de alimentos para su hogar? Eso consultaron en julio el Centro de Desarrollo Urbano Sustentable (Cedeus) y el Instituto de Estudios Urbanos y Territoriales UC a distintas familias de Santiago. Respondieron 624 personas que habitan en cinco tipologías urbanas del Gran Santiago y distribuidas en zonas céntricas con edificios de altura (Santa Isabel), barrios altos (Vitacura), de segmento medio-bajo reciente (San Joaquín o comunas de la periferia sin viviendas sociales), zonas de conjunto de vivienda social en altura (Bajos de Mena) y sectores de grupo medio-bajo tradicionales y pericentrales como Cerro Navia.

A diferencia de lo que ocurría previo a la pandemia, el análisis indica que, en general, cerca de 7 de cada 10 personas se abastecen de alimentos en supermercados. El alza más alta se da en los barrios de clase media-baja recientes, donde antes de la emergencia sanitaria el 32% se proveía en supermercados, mientras que actualmente 78,9% de encuestados compra en esos recintos (ver infografía).

Eso sí, el análisis destaca el porcentaje que alcanza internet (*delivery*, negocios de vecinos por redes sociales) como fuente de abastecimiento de alimentos, alcanzando el 11,6% en el barrio alto de Santiago, en contraste con el 0% entre los encuestados en zonas de conjuntos de vivienda social en altura.

El director del Instituto de Estudios Urbanos y Territoria-



Fuente: Estudio del Cedeus y el Instituto de Estudios Urbanos y Territoriales UC

EL MERCURIO



PRECAUCIÓN.— Los expertos plantean que, además de lo económico, los cuidados sanitarios pudieron incidir en las compras en supermercados.

les de la UC, Luis Fuentes, advierte del “cambio drástico en la geografía de consumo de alimentos en Santiago por el efecto de la pandemia” y señala que es evidente “la pérdida de abastecimiento de lo local, de los bar-

rios”. Añade que “porque eso no es solamente una cuestión de cercanía donde se generan redes, sino que también implica una pérdida de la distribución del dinero a nivel local. Es muy probable, y nuestra hipó-

“Es lamentable respecto de la pérdida del comercio local (...), donde se generan redes, y también implica una pérdida de la distribución del dinero a nivel local”.

LUIS FUENTES
 DIRECTOR DEL INSTITUTO DE ESTUDIOS URBANOS Y TERRITORIALES UC

tesis es esa, que la pérdida de competencia en locales de abastecimiento es porque muchos negocios no aguantaron la pandemia y quebraron o desaparecieron”.

En tanto, el investigador del Cedeus Sebastián Rodríguez plantea que “el almacén y emprendimiento de barrio fueron una alternativa al inicio de la pandemia, pero pareciera que ya se acabó esa tendencia al consumo local, donde el supermercado vuelve a tener una relevancia importante”. Y añade:

“La preocupación sería de cómo esos emprendimientos, esas familias, esos almacenes locales van a poder dar respuesta en un momento en que arrastran un problema económico de la pandemia y el estallido”.

Factor económico

Fuentes también cree que pudieron incidir los precios de los supermercados, ya que las grandes cadenas “compran de manera mayorista y evidentemente que pueden acceder a menores costos y ofrecer menores precios a sus consumidores”, así como que los supermercados son más ordenados para evitar aglomeraciones durante la pandemia.

Andrés Silva, investigador y académico de la Escuela de Economía y Negocios de la U. Central, sostiene que “esto fue un shock en los hábitos alimentarios, y como cualquier shock los más impactados siempre van a ser los más pobres, porque tienen menos libertad para poder elegir”. Eso sí, precisa que el estudio aborda el acceso por recursos económicos y físico a los establecimientos, “pero la tercera dimensión de acceso faltó, que es el acceso mental. Y es importante, porque las investigaciones muestran que por mucho que tú tengas alimentos saludables cerca y puedas pagarlos, si tú no quieres comprarlos, no los compras en la cantidad que es buena para la salud”.

Recalca que el aumento de las compras en supermercados muestra otras dimensiones: “Las ferias libres venden frutas a precios más bajos que los supermercados (...), pero los supermercados ofrecen más cosas que las ferias y su giro principal no son las frutas y verduras”.