



**DÍA MUNDIAL DE LA INOCUIDAD  
ALIMENTARIA**

8 DE JUNIO 2020

**DANILO PÉREZ MONTIEL**

**MIEMBRO DEL CONSEJO**

**CONSUMERS INTERNATIONAL**

**DIRECTOR EJECUTIVO**

**CENTRO PARA LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR  
EL SALVADOR**

## Importancia de la inocuidad de alimentos en COVID19 Una mirada desde los consumidores

Los alimentos inocuos son fundamentales para la promoción de la salud y la erradicación del hambre, al menos tres de los objetivos principales de la Agenda 2030.



Poner fin al hambre y asegurar el acceso de todas las personas, en particular los pobres y las personas en situaciones vulnerables, incluidos los lactantes, a una alimentación sana, nutritiva y suficiente durante todo el año



Reducir en un tercio la mortalidad prematura por enfermedades no transmisibles mediante la prevención y el tratamiento y promover la salud mental y el bienestar



2000 millones de personas en todo el mundo tienen sobrepeso o son obesas.



## Sin inocuidad COVID19 impactará a producción familiar

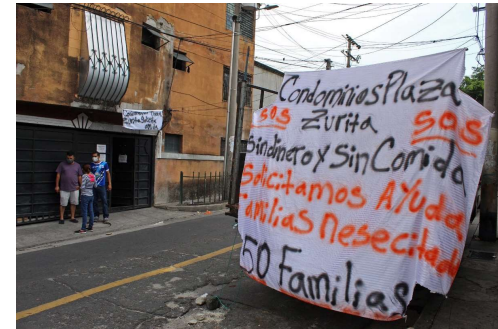
**Más oferta,  
menos demanda**

- Existen más **16,5 millones** de explotaciones agrícolas a lo largo de América Latina y el Caribe y ocho de cada diez explotaciones de la región son parte del sector.
- El 56 % de ellas (9,6 millones) están en América del Sur; el 35 % en América Central y México (5,8 millones); y el 9% (1,5 millones) en el Caribe.
- **60 millones de mujeres y hombres** trabajan en la agricultura familiar en América Latina y el Caribe, lo que significa que la vida de cerca de 1 de cada 11 personas está íntimamente ligada a este sector, que da trabajo en las zonas rurales, donde aún se concentran las mayores tasas de pobreza.



## Mejorar inocuidad para permitir: asequibilidad; evitar volatilidad de precios y acceso a mercados.

- 188 millones de persona se encontraba en inseguridad alimentaria de América Latina y el Caribe, antes de la aparición de los primeros casos de COVID-19.
- En 2020 el número de pobres en la región subirá de 186 a 214 millones de personas, en tanto que el número de las personas en pobreza extrema podrían aumentar de 67,5 a 83,4 millones.
- El desempleo actualmente ubicado en 8,1% a nivel regional, podría llegar a una tasa de 11,5%, lo que significa un aumento de 11,6 millones, respecto al 2019. Muchos de los sectores más expuestos a esta crisis representan el 64% del empleo formal.



## Medidas por COVID19 deben cambiar para mejorar inocuidad

Muchos gobiernos en la región han establecido:

1. Control de precios de los alimentos.
2. Restricciones a la movilidad del transporte público y privado.
3. Cierre de plazas o mercados de compra, afectando a la producción familiar y al consumidor final y fortaleciendo al gran distribuidor (cadenas de supermercados).
4. Ayuda alimentaria que incrementa sobrepeso y obesidad = ENT.



### ¿QUÉ CONFORMA UN SISTEMA ALIMENTARIO SOSTENIBLE Y SALUDABLE?

Un sistema alimentario está formado por todos los elementos y actividades relacionadas con la producción, procesamiento, distribución, preparación y consumo de alimentos.



FUENTE:  
Informe HEPÉ #12-Nutrición y sistemas alimentarios...

# Consecuencias si no mejora la inocuidad en COVID 19

## 1. Precios altos

PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA*	EL SALVADOR \$		VARIACION		GUATEMALA Q		VARIACION		HONDURAS L		VARIACION		NICARAGUA NIO		VARIACION		COSTA RICA		VARIACION		PANAMÁ		VARIACION		
		MAYO	Febrero	\$	%	MAYO	FEBRERO	\$	%	MAYO	FEBRERO	\$	%	MAYO	FEBRERO	\$	%	MAYO	FEBRERO	\$	%	MAYO	FEBRERO	\$	%	
			FRIJOL TINTO	QUINTAL 100 LBS	\$ 65.88	\$ 45.61	\$ 20.27	44.44%	Q 475.00	Q 377.50	Q 97.50	25.83%	3000.00	2000.00	1000.00	50.00%					0	0	0			
	FRIJOL ROJO (SEDA)	QUINTAL 100 LBS	\$ 71.68	\$ 54.14	\$ 17.54	32.40%	Q 500.00	Q 412.50	Q 87.50	21.21%	3200.00	2200.00	1000.00	45.45%	2,566.00	1,373.35	1,192.65	86.84%	0	0	0		98.33	76.67	21.66	28.25%
	CEBOLLA BLANCA SIN TALLO	SACO	\$ 13.42	\$ 18.16	-\$ 4.74	-26.10%	Q 282.00	Q 250.00	Q 32.00	12.80%	350.00	500.00	-150.00	-30.00%	600	350	250.00	71.43%	321.67	418.75	-97.08	-23.18%	17.67	17.00	0.67	3.94%
	CHILE VERDE GRANDE	SACO	\$ 20.90	\$ 15.13	\$ 5.77	38.14%	Q 84.50	Q 105.00	-Q 20.50	-19.52%	ND	700.00			1300.00	1,600.00	-300.00	-18.75%	16,714.29	17,428.57	-714.28	-4.10%	13.83	13.50	0.33	2.44%
	CHILE VERDE MEDIANO	SACO	19.26	\$ 13.17	\$ 6.09	46.24%	Q 74.50	Q 90.50	-Q 16.00	-17.68%	600.00	600.00	0.00	0%	450.00	360	90.00	25.00%	12,833.33	11,428.57	1404.76	12.29%	10.33	10.33	0.00	0%
	TOMATE DE COCINA	CAJA	\$ 17.69	\$ 10.38	\$ 7.31	70.42%	Q 80.50	Q 93.50	-Q 13.00	-13.90%	350.00	300.00	50.00	16.67%	400.00	750	-350.00	-46.67%	7,153.85	20,916.67	-13762.82	-65.80%	7.70	12.15	-4.45	-36.63%
	PAPA	QUINTAL 100 LBS	\$ 60.59	\$ 44.36	\$ 16.23	36.59%	Q 325.00	Q 282.00	Q 43.00	15.25%	900.00	1000.00	-100.00	-10.00%	1300.00	1,500.00	-200.00	-13.33%	33,416.67	28,538.46	4878.21	17.09%	24.67	24.67	0.00	0%

Fuente: Elaboración CDC sobre la base de fuentes oficiales de Ministerios de Agricultura y/o Ministerios de Economía y <http://www.fhia.org.hn/htdocs/simpah.html>

## 2. Desabastecimiento y desperdicio de alimentos.



América Latina y el Caribe es responsable del 20% de la comida que se pierde a nivel mundial desde la poscosecha hasta el comercio minorista .

**EL ESTADO  
MUNDIAL DE  
LA AGRICULTURA Y  
LA ALIMENTACIÓN**



**OFERTA DE ALIMENTOS**

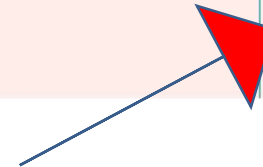
**Disrupción en la distribución y comercialización de alimentos**

Antigua y Barbuda, Argentina, Bahamas, Barbados, Belice, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Dominica, Ecuador, El Salvador, Granada, Guatemala, Guyana, Haití, Honduras, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, San Cristóbal y Nieves, San Vicente y las Granadinas, Santa Lucía, Surinam, Trinidad y Tobago, Uruguay, Venezuela

Apoyar el transporte, procesamiento y envasado de productos agropecuarios y pesqueros

Resolver problemas logísticos clave (almacenaje y distribución) que permitan el adecuado funcionamiento de las cadenas alimentarias de valor

Facilitar la operación de los puntos de venta al por menor, mercados y supermercados



## Inocuidad para evitar Inseguridad Alimentaria y Nutricional frente a COVID19

1. Habilitar los mercados /plazas/ferias con las normas y protocolos establecidos de inocuidad para que consumidores puedan adquirir alimentos de producción local.

2. Fortalecer las cadenas logísticas de transporte; almacenamiento y distribución.




3. Apoyar la alianza CONSUMIDORES / PEQUEÑA AGRICULTURA FAMILIAR para promover la compra a productoras/es y conseguir un precio justo.



4. Enfrentar el sobrepeso y la obesidad: Etiquetado de Advertencia Frontal de Alimentos; Incremento a las Bebidas Azucaradas; Regulación de la Publicidad Dirigida a Niñas, Niños y Adolescentes; Marcos Legales de Alimentación Saludable Escolar; Compras Públicas a Mediana y Pequeña Producción Local.



# Algunas medidas necesarias relacionadas a la inocuidad frente a COVID19

<b>Acción del Consumidor (ADELCO)</b> Argentina <a href="#">LEER MÁS +</a>	<b>Asociación de Protección de los Consumidores del Mercosur (PROCONSUMER)</b> Argentina <a href="#">LEER MÁS +</a>	<b>Formadores de Organizaciones Juveniles de Consumidores y Consumidoras (FOJUCC)</b> Chile <a href="#">LEER MÁS +</a>	<b>Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor do Estado de São Paulo (PROCON-SP)</b> Brasil <a href="#">LEER MÁS +</a>	<b>Liga del Consumidor (LIDECON)</b> Guatemala <a href="#">LEER MÁS +</a>	<b>Liga por la Defensa del Consumidor de Nicaragua (LIDECONIC)</b> Nicaragua <a href="#">LEER MÁS +</a>
<b>Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios (ASPEC)</b> Perú <a href="#">LEER MÁS +</a>	<b>Associação Brasileira de Defesa do Consumidor (PROTESTE)</b> Brasil <a href="#">LEER MÁS +</a>	<b>Fundación AMBIO-ALERTA</b> Costa Rica <a href="#">LEER MÁS +</a>	<b>Fundación Antonio Núñez Jiménez de la Naturaleza y el Hombre</b> Cuba <a href="#">LEER MÁS +</a>	<b>Liga Uruguaya de Defensa del Consumidor (LIUDECO)</b> Uruguay <a href="#">LEER MÁS +</a>	<b>Ministry of Trade and Industry</b> Surinam <a href="#">LEER MÁS +</a>
<b>Centro para la Defensa del Consumidor (CDC)</b> El Salvador <a href="#">LEER MÁS +</a>	<b>Colectivo Ecologista Jalisco</b> México <a href="#">LEER MÁS +</a>	<b>Fundación por los Derechos del Consumidor (FUNDECOM)</b> República Dominicana <a href="#">LEER MÁS +</a>	<b>Fundashon pa Konsumido</b> Antillas Neerlandesas <a href="#">LEER MÁS +</a>	<b>Ministry of Trade, Industry and Commerce</b> Santa Lucía <a href="#">LEER MÁS +</a>	<b>Movimiento Iniciativa de los Consumidores</b> Venezuela <a href="#">LEER MÁS +</a>
<b>Consumidores Argentinos</b> Argentina <a href="#">LEER MÁS +</a>	<b>Consumidores y Usuarios Asociados Uruguay (CUA)</b> Uruguay <a href="#">LEER MÁS +</a>	<b>Guyana Consumers Association (GCA)</b> Guyana <a href="#">LEER MÁS +</a>	<b>Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC)</b> Brasil <a href="#">LEER MÁS +</a>	<b>National Consumer Association (St. Lucia) Incorporated</b> Santa Lucía <a href="#">LEER MÁS +</a>	<b>National Consumers' League (NCL)</b> Jamaica <a href="#">LEER MÁS +</a>
<b>Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile (CONADECUS)</b> Chile <a href="#">LEER MÁS +</a>	<b>Defensoría del Consumidor de El Salvador (DEFENSORÍA)</b> El Salvador <a href="#">LEER MÁS +</a>	<b>Instituto Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor (PRO CONSUMIDOR)</b> <b>Secretaría Nacional do Consumidor (SENACON)</b> Brasil <a href="#">LEER MÁS +</a>	<b>Instituto Panameño de Derecho de Consumidores y Usuarios (IPADECU)</b> <b>Servicio de Educación y Defensa de los Consumidores (SEDECO)</b> Bolivia <a href="#">LEER MÁS +</a>	<b>Observatorio Ciudadano de Servicios Públicos</b> Ecuador	<b>Organización de Consumidores y Usuarios de Chile (ODECU)</b>
<b>Dirección Nacional de Defensa del Consumidor</b> Argentina <a href="#">LEER MÁS +</a>	<b>El Poder del Consumidor</b> México <a href="#">LEER MÁS +</a>	<b>Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)</b> Chile <a href="#">LEER MÁS +</a>	<b>Tribuna (Tribuna Ecuatoriana de Consumidores y Usuarios)</b> Ecuador <a href="#">LEER MÁS +</a>		
		<b>Unión de Consumidores de Argentina (UCA)</b> Argentina <a href="#">LEER MÁS +</a>	<b>Unión de Usuarios y Consumidores</b> Argentina <a href="#">LEER MÁS +</a>		
		<b>Unión Nacional de Consumidores y Usuarios de la República de Panamá (UNCUREPA)</b> Panamá	<b>Vía Orgánica, Asociación Civil</b> México <a href="#">LEER MÁS +</a>		





**GRACIAS**