

Impacto en ventas de bebidas azucaradas marcadas con “etiquetas de advertencias de alimentos” en tiendas de Bogotá D.C Localidad Teusaquillo

Diego A. Díaz

Julio F. Ortiz

David F. Tibaduiza

Universidad EAN – Escuela de Administración de Negocios

Seminario de Investigación - Grupo 6

Lina M. Chacón

22 de Septiembre de 2023

**IMPACTO EN VENTAS DE BEBIDAS AZUCARADAS MARCADAS CON
“ETIQUETAS DE ADVERTENCIAS DE ALIMENTOS” EN TIENDAS DE BOGOTÁ
D.C. LOCALIDAD TEUSAQUILLO**

AUTORES

Diego A. Díaz

Julio F. Ortiz

David F. Tibaduiza

Presentado para optar el título de:

Especialista en Gerencia de procesos y calidad

DIRECTOR

Lina M. Chacón

UNIVERSIDAD EAN – ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

FACULTAD DE INGENIERÍA

Especialización en Gerencia de procesos y calidad

Bogotá D.C.

22 de Septiembre de 2023

Introducción:

En esta sección, se contextualiza la problemática de las bebidas azucaradas y el interés creciente en el impacto en las ventas en Bogotá. Se destaca la implementación de los sellos de advertencia como una medida regulatoria para informar a los consumidores sobre los riesgos para la salud debidos al consumo de bebidas y el impacto en ventas de las bebidas azucaradas marcadas con etiquetas de advertencia en alimentos en tiendas de la localidad de Teusaquillo, en la ciudad de Bogotá.

Objetivo general

Determinar el impacto de ventas frente al uso de las etiquetas de advertencia en bebidas azucaradas.

Objetivos específicos

- Recolectar datos del segmento tenderos para a través de ellos lograr información crucial para la conclusión de la investigación
- Investigar el efecto de las ventas de las tiendas con el uso del etiquetado en las bebidas azucaradas.

- Identificar causas que inciden en la no compra de bebidas azucaradas impactando la economía de los tenderos
- Calcular la estimada reducción en ventas de las bebidas azucaradas en las tiendas
- Exponer las causas y toma de decisión por parte de usuario, que afectan la compra de bebidas azucaradas en la tienda

Antecedentes del problema

El etiquetado

Actualmente los jóvenes y adultos presentan falencias de vitaminas, proteínas y otros aditamentos al momento de alimentarse, consumen gran cantidad de alimentos procesados y disminución en las comidas hechas en casa.

La cantidad de alimentos procesados que se consumen como por ejemplo frituras, dulces, gaseosas etc. y la falta de ejercicio ayudan al desarrollo de la obesidad.

hdl.handle.net/10656/14536

Según la última encuesta ENSIN Encuesta Nacional de Situación Nutricional (ICBF (Instituto Colombiano de Bienestar Familiar)) 2015 la tendencia Nacional en jóvenes y adultos indica que el 56,4% de la población colombiana presenta obesidad. Lo que presenta un aumento de 5.2 puntos porcentuales con respecto a la última encuesta realizada en 2010. (*ENSIN: Encuesta Nacional de Situación Nutricional, 2014*)

Manuel J. Flórez, concluye que; en los próximos años, Colombia decrecerá en el consumo de bebidas azucaradas debido a la tendencia socio política sobre la regularización de alimentos y bebidas para el consumo humano, mediante la implementación de etiquetas de advertencia para disminuir las tasas de problemas de salud pública relacionadas con enfermedades de hipertensión, diabetes e ingesta de grasas saturadas. Se realizará una investigación del mercado actual de bebidas azucaradas en Colombia para conocer las tendencias de los consumidores a través de entrevistas y encuestas para validar el comportamiento del consumo regular de las personas. (Manuel et al., n.d.)

Otro ejemplo es el artículo Latinoamérica: estudio revela impacto de bebidas azucaradas que reporta los resultados de un estudio realizado por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y el Instituto Nacional de Salud Pública (INSP) sobre el impacto económico y sanitario del consumo excesivo de bebidas azucaradas en 13 países latinoamericanos, incluyendo Colombia. El estudio estima que el consumo per cápita anual promedio de bebidas azucaradas en Colombia es de 89 litros, lo que genera un costo sanitario anual de 1.000 millones de dólares y una pérdida de 1.200 millones de dólares en productividad laboral. El estudio también señala que el uso de los sellos de advertencia en los envases de las bebidas azucaradas podría reducir el consumo en un 11,5% y evitar más de 6.000 muertes prematuras por año. (*El Uso Eficaz de Impuestos a Las Bebidas Azucaradas Podría Disminuir Su Consumo, Según*

Informe de OPS - OPS/OMS | Organización Panamericana de La Salud, 05 de Mayo de 2021)

Se puede consultar el portal Tiendas de barrio - La República, con noticias económicas relacionadas con las tiendas vecinales en Colombia, algunas abordan el tema de las bebidas azucaradas y su impacto en el sector. Por ejemplo, Fenalco advierte que la reforma tributaria llevaría al cierre de 250.000 tiendas de barrio por el incremento de precios en productos de alta rotación, en las cuales se encuentran las bebidas azucaradas.

También se estima que Alquería quiere llegar a más de 192.000 tiendas de barrio en Colombia a cierre de año, presentando una campaña que busca apoyar a los tenderos frente a los desafíos del mercado. (*Editorial La República S.A.S., s.f.*)

El efecto de los sellos de advertencia en las bebidas azucaradas sobre las ventas de los tenderos no se relaciona completamente, ya que depende de factores, como el comportamiento de los consumidores, la oferta y la demanda de los productos, la competencia de otros canales de distribución, entre otros.

Esto se puede identificar en el artículo “Los sellos de advertencias en envases quieren mejorar los hábitos de consumo de alimentos saludables”, según informes realizados en países de Latinoamérica donde se han implementado leyes de etiquetado frontal, como Chile, Perú, Uruguay, México y Brasil. Estos estudios presentan

disminución del consumo de productos con alto contenido de azúcar, sodio, grasas saturadas y calorías, entre ellos las bebidas azucaradas, lo que afecta las ventas de los tenderos que comercializan estos productos. (Gioberchio, 2023)

Descripción del problema

El problema del etiquetado de bebidas azucaradas se refiere a la necesidad de proporcionar información clara y precisa en las etiquetas de las bebidas que contienen altos niveles de azúcares. Este problema se ha convertido en un tema importante de salud pública debido a la creciente preocupación por los efectos negativos del consumo excesivo de azúcar en la salud, como la obesidad, la diabetes tipo 2 y otras enfermedades.

Algunos de los aspectos clave de este problema incluyen:

1. Falta de información en las bebidas: En muchos casos, las etiquetas de las bebidas azucaradas no proporcionan información suficiente o clara sobre la cantidad de azúcar añadido que contienen, lo que dificulta que los consumidores tomen decisiones informadas sobre su consumo.
2. Publicidad engañosa: Algunas bebidas azucaradas se promocionan como opciones saludables o “bajas en calorías”, a pesar de contener cantidades significativas de azúcar.
3. Impacto en la salud: El consumo excesivo de azúcar se ha relacionado con un aumento en las tasas de enfermedades crónicas, como la obesidad y la diabetes.

4. Regulación gubernamental: Muchos países como México han implementado regulaciones y políticas para abordar este problema, incluyendo la inclusión de etiquetas de advertencia en bebidas con alto contenido de azúcar o impuestos especiales sobre bebidas azucaradas para desincentivar su consumo. En resumen, lo que se quiere establecer si con el etiquetado de las bebidas se ha visto disminuido las ventas de en las tiendas de barrio en la localidad Teusaquillo de la ciudad de Bogotá.

El etiquetado en las bebidas azucaradas en Colombia se implementó como parte de una estrategia para abordar el problema de la obesidad y las enfermedades relacionadas con el excesivo consumo de azúcar en los alimentos que se consumen a diario.

La Resolución 2646 de 2008 del Ministerio de la Protección Social estableció requisitos de etiquetado nutricional en los alimentos y bebidas, incluyendo la cantidad de azúcares añadidos. Luego, en 2016 se emitió el decreto 488 de 2016 que regula el contenido de azúcares añadidos en bebidas no alcohólicas.

En 2019 se adoptó el Decreto 1505, que estableció un nuevo sistema de etiquetado frontal de advertencia en alimentos y bebidas con exceso de azúcares añadidos, grasas saturadas y sodio.

Resolución 2492 de 2022, emitida por el Ministerio de Salud y Protección Social, este sistema consiste en un octágono negro con borde blanco que indica leyendas como “EXCESO EN”, “CONTIENE” seguido del componente de los aditivos del producto. (Dejusticia, 2022)



Imagen tomada de Resolución 2492 de 2022

Pregunta de investigación

¿Cuál ha sido el impacto en las ventas en bebidas azucaradas en las tiendas de barrio de la localidad de Teusaquillo en la ciudad de Bogotá por el uso de las etiquetas de advertencia en alimentos?

Para esta investigación se van a realizar visitas, encuestas, entrevistas a los tenderos en los diferentes barrios en la localidad.

Por otra parte, el artículo explica cómo funciona la nueva norma sobre etiquetado nutricional que deben cumplir los alimentos envasados o empacados para consumo humano en Colombia. (*El Tiempo, Negocios 2021*) La norma pretende que el consumidor tenga la información clara y comprensible de los productos que va a consumir y prevenir prácticas que induzcan a engaño o error. La norma también

establece un sello positivo para los productos que cumplan con ciertos requisitos nutricionales, lo que podría incentivar las ventas de los tenderos que ofrezcan estos productos. (Tiempo, 2021)

Es por esto que, se presenta los hallazgos de un estudio realizado por investigadores colombianos sobre el impacto de los sellos frontales de advertencia en los empaques y las bebidas azucaradas. La investigación muestra que los colombianos pueden captar fácilmente cuáles productos tienen exceso de nutrientes críticos y que están dispuestos a cambiar sus hábitos de consumo hacia opciones más saludables. El estudio también sugiere que los sellos frontales podrían generar un efecto educativo y preventivo sobre las enfermedades relacionadas con el consumo excesivo de estos productos. (Tiempo, 2020)

Afectación en ventas de los establecimientos de comercio, distribución y promoción de bebidas azucaradas (Tiendas), con etiquetado de advertencia en alimentos. ¿Existe una significativa reducción de las ventas por el comportamiento del usuario frente al etiquetado de advertencia? Debe considerarse que los hábitos de consumo de los usuarios son cambiantes y que a raíz de las nuevas normativas (Resolución 810 de 2021, modificada por la Resolución 2492 de 2022, emitida por el Ministerio de Salud y Protección Social) crean fricciones en la conversión de ventas y que puede afectar los ingresos o ventas de estas bebidas azucaradas.

Conveniencia de la Investigación

Realizar una investigación sobre el impacto de las ventas de bebidas azucaradas con etiquetado de advertencia en los tenderos, puede ser conveniente por varias razones. En primer lugar, **el etiquetado de advertencia es una estrategia que forma parte de un paquete integral de políticas públicas para prevenir y controlar algunas enfermedades la obesidad;** así como las enfermedades no transmisibles. Por lo tanto, es importante evaluar cómo esta política está afectando a los diferentes actores involucrados, incluyendo a los tenderos.

En segundo lugar, los tenderos son un eslabón importante en la cadena de suministro de bebidas azucaradas y pueden verse afectados por cambios en las ventas de estos productos. Una investigación sobre el impacto del etiquetado de advertencia en las ventas de bebidas azucaradas podría proporcionar información valiosa sobre cómo los tenderos están siendo afectados y cómo están respondiendo a estos cambios.

Una investigación sobre este tema también podría proporcionar información útil para la toma de decisiones en cuanto a políticas públicas relacionadas con el etiquetado de advertencia y la promoción de hábitos alimentarios saludables. Por ejemplo, si se encuentra que el etiquetado de advertencia tiene un impacto significativo en las ventas de bebidas azucaradas, podría indicar que la política está siendo efectiva y podría utilizarse como base para implementar medidas similares en otros productos. Puede

proporcionar información valiosa para mejorar la salud pública y apoyar a los actores involucrados en la cadena de suministro.

Marco teórico

Dentro del conjunto de estrategias que se han implementado con el fin prevenir distintas enfermedades dentro de las cuales se encuentran aquellas no transmisibles así como obesidad, diabetes, entre otros, se encuentra la del etiquetado frontal de advertencia en productos de consumo masivo. (*Etiquetado Frontal - OPS/OMS | Organización Panamericana de La Salud, 2019.*)

En análisis de la Organización Panamericana de la Salud respecto a la estrategia mencionada, se resalta que el consumo de productos con altos estándares, incluso excesivos, de azúcares, calorías, grasas y sodio presentan un problema de salud pública que causa consecuencias en aquellas enfermedades no transmisibles más comunes de la sociedad, en las que encontramos obesidad, diabetes, hipertensión arterial y enfermedades de tipo vascular, cardíaca, cerebral y renal. (*Etiquetado Frontal - OPS/OMS | Organización Panamericana de La Salud, 2019.*)

Por otra parte, una de las entidades reguladoras en directrices sobre salud pública en Colombia, El Ministerio de Salud y Protección Social de Colombia, estableció un reglamento que tiene como objetivo poner a disposición de las partes interesadas en la nación (consumidores, expendedores, fabricantes, entre otros) aquellos requisitos y

normas que deben cumplir el etiquetado frontal de advertencia tanto en productos alimenticios como distintas bebidas enfocadas al consumo masivo de personas.

(Política Integral Para La Prevención Y Atención Del Consumo de Sustancias Psicoactivas, 2019.)

El estudio realizado por la Universidad de Antioquia en Colombia, que analizó la mayor evidencia disponible para establecer formas, color, tamaño, leyendas y ubicación del etiquetado frontal de advertencia para productos procesados en Colombia

(WebMasterDH, 2022), concluyó que el octágono es la forma que presenta mayor visibilidad en los estudios experimentales aleatorios, siendo incluida como variable de intervención en el 88,9% de los estudios. *(Ministerio de Salud y Protección Social, 2022)*

El color negro es más apropiado para la atención de los consumidores y tiene mayor potencial de maximizar la percepción de insalubridad; por otra parte, el apartado textual “EXCESO EN” cumple con el objetivo de llamar la atención visual del consumidor; por ende, al combinar los factores mencionados, se vuelve un método idóneo para maximizar lo que puede llegar a percibirse en materia de insalubridad. *(Resolución N 2492 de 2022, Ministerio de Salud y Protección Social, 2022)* *(Analitik, 2022)*

En cuanto a las consecuencias puntuales que puede generarse por el consumo excesivo de nutrientes, se encontró que el exceso de azúcares puede producir caries y

almacenarse en el organismo en forma de grasa corporal para un uso posterior aclarando que, si no se usa, puede producir diferentes problemas de salud al mantenerse acumulado en el cuerpo humano. (“Consumo de azúcar y problemas de salud - European Food Safety Authority”)

En referencia a grasas saturadas, se evidencia por el consumo excesivo de estos nutrientes, una elevación en el colesterol LDL, también llamado colesterol malo, que causa graves perjuicios a largo plazo al estar durante contacto con la sangre humana. (“Grasas saturadas, insaturadas y trans | Beneficios, efectos ... - EIUtil”)

También, es importante indicar la influencia que tiene el consumo excesivo de sodio como nutriente de los productos de consumo, ya que incrementa la presión arterial, así como también el riesgo de desarrollar enfermedades cardiovasculares.

En Bogotá, el etiquetado frontal de advertencia se ha implementado en bebidas azucaradas desde el año 2018 bajo unos parámetros distintos a la normativa actual, como lo eran rótulos redondos demarcando solo Alto en azúcar y Alto en sodio.

Por ejemplo, estudio realizado en México encontró que el etiquetado frontal de advertencia en bebidas azucaradas redujo las ventas en un 5.1%. en todos los establecimientos expendedores. Otro estudio regional también demostró que las etiquetas de advertencia en envases mejoran los hábitos de compra de alimentos.

Un caso particular es en Colombia, donde un estudio reciente investigó el impacto de nuevas tendencias en el mercado sobre la venta de bebidas azucaradas. El estudio determinó que existe una disminución en las ventas en este tipo de bebidas en Colombia, debido a tendencias por consumo de productos más saludables y estigmatización por quienes aún habitan estos productos y bebidas con etiquetas de advertencia. (Manuel et al., diciembre de 2017.)

El etiquetado frontal de advertencia en bebidas azucaradas puede tener un impacto significativo en las ventas y los hábitos de compra. La implementación del etiquetado frontal de advertencia en Bogotá puede ser una medida efectiva para prevenir y controlar la obesidad y las enfermedades no transmisibles. Además, no se tiene en cuenta la implementación de impuestos adicionales para regular más su consumo y expendio en los comercios. [OBJ]

De acuerdo con el artículo de Portafolio, el 6% del rubro destinado a gasto en tiendas se refleja en consumo de gaseosas

“El 11% de la plata que consume una persona en una tienda corresponde a los alimentos preparados que están en las categorías llamadas ‘no industrializadas’. En las categorías industrializadas aparecen en su orden, arroz (7%), aceite, (7%), **gaseosa (6%)**, huevos (4%), aseo hogar (4%), cerveza (3%), alimentos para perros (3%), leche líquida (3%), bebidas lácteas (3%),

cigarrillo (2%), café (2%), bebidas preparadas (2%) y carnes frías (2%), entre otras.” Aut. Gómez Guasca C. (Portafolio 2022, n.d.)

Los impuestos ayudarían a que haya un desincentivo en la compra del consumidor por estas bebidas azucaradas etiquetadas. Es una medida que puede ayudar a disminuir su consumo. Un informe publicado por la Organización Panamericana de la Salud (OPS (Organización Panamericana de la Salud)) indica que un impuesto selectivo que aumente el precio de las bebidas azucaradas en un 25% reduciría su consumo en un 34%.

A continuación, se presentan las principales razones, temas y conceptos relevantes para comprender el impacto en las ventas de las bebidas azucaradas con sellos de advertencia.

Existe una perspectiva de riesgo; se explora cómo los sellos de advertencia pueden influir en la percepción de riesgo del consumidor y cómo esto puede afectar sus decisiones de compra y el impacto directo en la disminución de ventas para los tenderos de la ciudad.

Se examina la elasticidad de la demanda de las bebidas azucaradas respondiendo a los cambios de precio, información y tendencias sociales sobre el consumo de éstas frente al etiquetado de advertencia. Analiza cómo la demanda de las bebidas azucaradas impacta por el comportamiento del consumidor, teniendo en cuenta que factores socioculturales, psicológicos y culturales pueden influir en esta decisión de compra.

Cambio en las preferencias del consumidor: Las etiquetas de advertencia podrían cambiar las preferencias y actitudes de los consumidores hacia las bebidas azucaradas. Esto puede conducir a una mayor demanda de bebidas sin azúcar o con contenido reducido de azúcar, lo que a su vez podría afectar las ventas de las bebidas azucaradas ya establecidas en el mercado.

Disminución de las ventas en tiendas. Las ventas de estas bebidas azucaradas pueden afectar directamente a la no compra del consumidor, por tener un etiquetado sobre el producto resaltando y recalando ciertas propiedades inherentes del contenido, como: Alto en azúcares añadidos, Alto en edulcorantes, Alto en calorías, Alto en sodio, Alto en grasas saturadas.

Imagen de marca: Las bebidas azucaradas con sellos de advertencia podrían enfrentar un desafío en términos de su imagen de marca e identificación. Los consumidores pueden percibir estas bebidas como más dañinas para la salud, lo que podría afectar negativamente su lealtad a la marca y su disposición a adquirirlas, lo que a su vez podría tener un impacto en las ventas.

Oportunidad para productos alternativos: Las bebidas sin azúcar o con contenido reducido de azúcar podrían beneficiarse de la implementación de los sellos de advertencia. Si los consumidores buscan opciones más saludables, esto podría impulsar la demanda de productos alternativos y generar oportunidades para las bebidas que cumplen con los requisitos de salud. Hoy en día son más frecuentes las marcas que adaptan sus productos a nuevos ingredientes que reemplazan, sustituyen u omiten las formas tradicionales de endulzar alimentos y bebidas.

Reducción de las tasas de enfermedades: El grupo de enfermedades que incluyen diabetes, obesidad y riesgos cardiovasculares son conocidos como "Alergorespiratorias". Estas enfermedades tienen un fuerte vínculo y pueden aumentar el riesgo de tener lugar a otras. La diabetes y la obesidad pueden aumentar el riesgo de desarrollar afecciones médicas cardiovasculares, como la hipertensión, la aterosclerosis y la cardiopatía isquémica.

Es importante realizar un seguimiento médico regular y hacer cambios en el estilo de vida para reducir el riesgo de desarrollar estas enfermedades.

También, tener en cuenta que estas implicaciones son solo posibles y pueden estar sujetas a variaciones en función del contexto. La investigación empírica y el análisis de datos específicos de Bogotá serían necesarios para obtener un entendimiento más preciso de las implicaciones en ventas de las bebidas azucaradas marcadas con sellos de advertencia en esa área en particular.

¿Qué factores y contextos pueden influir en las implicaciones en ventas?

Varios factores y contextos pueden influir en las implicaciones en ventas de las bebidas azucaradas marcadas con sellos de advertencia. Los más destacados son el precio por el cual los tenderos se ven obligados a flexibilizar para promover las ventas y evitar la disminución del consumo de estas bebidas etiquetadas. Esto sería una escena no

deseada y que promovería que el consumidor vea más asequibles las bebidas azucaradas frente a productos sin estos etiquetados.

La disponibilidad y accesibilidad hacen que el consumidor no tenga opciones de compras por comparación de bebidas azucaradas. Al haber un acaparamiento de mercado eliminan disposición por el consumidor a optar por hábitos más saludables y generarían una sociedad dependiente de estas bebidas; donde a su vez serían factor principal para el fortalecimiento de enfermedades crónicas como diabetes y problemas cardiovasculares.

Las tendencias y preferencias cambiantes de consumo podrían afectar la venta de las bebidas azucaradas marcadas con las etiquetas de advertencia. Si hay una demanda creciente de opciones y productos más saludables que sustituyan los actuales marcados, los consumidores preferirán opciones más adecuadas para sus hábitos de consumo. Se reducirá la demanda por bebidas azucaradas y la poca demanda que exista por ellas será la que por determinación propia del consumidor decida hacer omisión de estas etiquetas de advertencia.

La influencia de la industria alimentaria. Los esfuerzos por los que la industria se ve obligada a adaptarse a las tendencias de consumo. La industria se verá impactada por promover sus productos etiquetados invirtiendo en marketing más agresivo y persuasivo, haciendo que las personas no se enfoquen en su producto como lo

conocen, sino que den relevancia a ámbitos más emocionales que los haga seguir fieles a sus productos.

Existen también otros factores que pueden influir negativamente en las ventas de bebidas azucaradas y los tenderos, así como hábitos del consumidor y la industria:

Conciencia y conocimiento del público: El nivel de conciencia y conocimiento de los consumidores sobre los efectos negativos del consumo de bebidas azucaradas puede ser un factor determinante. Si los consumidores ya están informados sobre los riesgos para la salud asociados con estas bebidas, es más probable que los sellos de advertencia refuercen su decisión de evitarlas, lo que podría tener un impacto en las ventas.

Actitud y comportamiento de los consumidores: La actitud de los consumidores hacia su salud y bienestar, así como su comportamiento de compra, también pueden influir. Si los consumidores están más preocupados por su salud y priorizan opciones de bebidas más saludables, es posible que sean más receptivos a los sellos de advertencia y opten por productos alternativos, lo que podría afectar las ventas de las bebidas azucaradas.

Disposición a pagar: La disposición de los consumidores a pagar un precio más alto por bebidas sin azúcar o con contenido reducido de azúcar puede influir en las ventas. Si los consumidores valoran más los aspectos saludables y están dispuestos a pagar más por opciones más saludables, esto podría fomentar el crecimiento de productos

alternativos y afectar las ventas de bebidas azucaradas marcadas con sellos de advertencia.

Regulaciones y políticas gubernamentales: El marco regulatorio y las políticas gubernamentales en relación con las bebidas azucaradas pueden tener un impacto significativo. Dependiendo de las restricciones y medidas implementadas por las autoridades locales, las ventas de bebidas azucaradas con sellos de advertencia pueden verse afectadas de manera diferente. Por ejemplo, si hay restricciones severas o impuestos adicionales sobre estas bebidas, esto podría tener un impacto significativo en las ventas.

Estrategias de marketing y comunicación: Las estrategias de marketing y comunicación utilizadas por los fabricantes y vendedores de bebidas azucaradas también pueden tener efectos en las ventas. Si se implementan campañas de marketing efectivas para promover la conciencia y mitigar los efectos negativos de los sellos de advertencia, esto podría influir en el comportamiento y las decisiones de compra de los consumidores.

Es importante considerar que estos factores y contextos son solo muestra de una población impactada y que la interacción entre ellos puede variar dependiendo de las circunstancias específicas. Un análisis detallado del mercado, la segmentación del consumidor y los estudios de investigación específicos del contexto de Bogotá serían necesarios para comprender las implicaciones en ventas de bebidas azucaradas marcadas con etiquetas de advertencia en esa área.

¿Cuál es el impacto del etiquetado frontal de advertencia en otros países de la región?

El etiquetado frontal de advertencia en alimentos y bebidas se ha venido implementando en latinoamericana y es una medida que ha impactado positivamente los hábitos de consumo de la población como también la disminución de enfermedades no transmisibles incluyendo países como México, Chile, Perú, Uruguay y Ecuador.

En México, un estudio encontró que el etiquetado frontal de advertencia en bebidas azucaradas presenta una disminución en las ventas en un 5.1%. En Chile, un estudio encontró que el etiquetado frontal de advertencia en bebidas azucaradas y alimentos procesados redujo la compra de estos productos en un 23%. En Perú, una investigación encontró que el etiquetado frontal de advertencia en alimentos presenta una disminución de estos productos en un 13%. En Uruguay, un estudio encontró que el etiquetado frontal de advertencia en bebidas azucaradas redujo las ventas en un 12%. En Ecuador, un estudio informo que con el etiquetado frontal de advertencia en bebidas azucaradas redujo las ventas en un 8.1%.

POBLACIÓN Y MUESTRA

La población escogida para la investigación son las tiendas de barrio de la localidad de Teusaquillo en la ciudad de Bogotá.

La localidad de Teusaquillo [2094_013_teusaquillo_0.pdf \(sdp.gov.co\)](#) cuenta con 167.879 habitantes, según un estudio [En Bogotá hay una tienda de barrio por cada](#)

[398 habitantes | Empresas | Negocios | Portafolio](#) en Bogotá hay por cada 398 hay una tienda y de acuerdo con la población de la localidad 167.879 habitantes

El tipo de muestreo se tomó de la página [Muestreo no probabilístico: definición, tipos y ejemplos \(questionpro.com\)](#), la cual es una página que ayuda para la elaboración de encuestas.

La población cumple con las características definidas, ubicadas en la localidad de Teusaquillo, la muestra representativa se seleccionará a través de un “muestreo por Conveniencia”, la cual es una técnica de muestreo no probabilístico, esto significa que son convenientes y disponible para el grupo investigador, debido a la premura del tiempo, la limitación del equipo investigador (3 personas) para la búsqueda de la información, su velocidad, costo-efectividad y facilidad de disponibilidad de la muestra.

Se cálculo de la siguiente manera:

Se tomo la base de habitantes de la localidad de Teusaquillo 167.879

Se estableció un estimado de tiendas de acuerdo a un informe de la revista portafolio que por cada 398 habitantes hay una tienda.

El equipo investigador estableció una cifra del 10% sobre el total de las tiendas, da como resultado 42 tiendas d barrio de la localidad de Teusaquillo.

SELECCIÓN DE METODOS O INSTRUMENTOS PARA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

Para realizar el análisis de las variables se realizarán encuestas con preguntas cerradas por medio digital (google forms).

La información no se puede manipular ni cambiar

Etiquetado frontal. (s. f.-b). OPS/OMS | Organización Panamericana de la Salud.

<https://www.paho.org/es/temas/etiquetado-frontal>

Consumo excesivo de azúcar, almidones refinados, sal y grasas poco saludables.

(2013, agosto 8). FutureLearn. <https://www.futurelearn.com/info/courses/nutrition-for-health-spanish/0/steps/281312>

Consumo excesivo de azúcar es riesgo potencial para la salud. (2015, enero 16).

Gov.Py. <https://www.mspbs.gov.py/portal/19453/consumo-excesivo-de-azucar-es-riesgo-potencial-para-la-salud.html>

de Derechos Humanos Y Compatibilidad Con Otros Marcos Jurídicos Internacionales,

C. C. O. (s/f). *ETIQUETADO FRONTAL DE ADVERTENCIA*. Georgetown.edu.

Recuperado el 12 de septiembre de 2023, de https://oneill.law.georgetown.edu/wp-content/uploads/2021/02/Etiquetado_frontal_advertencia_FINAL.pdf

EFSA Panel on Nutrition, Novel Foods and Food Allergens (NDA), Turck, D., Bohn, T., Castenmiller, J., de Henauw, S., Hirsch-Ernst, K. I., Knutsen, H. K., Maciuk, A., Mangelsdorf, I., McArdle, H. J., Naska, A., Peláez, C., Pentieva, K., Siani, A., Thies, F., Tsabouri, S., Adan, R., Emmett, P., Galli, C., ... Vinceti, M. (2022). Tolerable upper intake level for dietary sugars. *EFSA journal*, 20(2).
<https://doi.org/10.2903/j.efsa.2022.7074>

La OMS recomienda aplicar medidas en todo el mundo para reducir el consumo de bebidas azucaradas y sus consecuencias para la salud. (s/f). Who.int. Recuperado el 11 de septiembre de 2023, de <https://www.who.int/es/news/item/11-10-2016-who-urges-global-action-to-curtail-consumption-and-health-impacts-of-sugary-drinks>

López, B. (2022, junio 10). *Cuatro importantes consecuencias para tu salud del consumo excesivo de azúcar.* La Vanguardia.
<https://www.lavanguardia.com/vivo/longevity/20220610/8331795/cuatro-consecuencias-consumo-excesivo-azucar-nbs.html>

Luis, L., Trejo Osti, E., Moreno, E. R., Carlos, J., Ledezma, R., Latina, A., Trejo Osti, L. E., Ramírez, E., Trejo, O., & Le, R. (s/f). *Efecto del etiquetado frontal de advertencia de alimentos y bebidas. La experiencia de otros países de.*
<https://doi.org/10.19230/jonnpr.4176>

Portafolio. (s/f). *Dudas sobre efecto de consumo en impuesto a bebidas azucaradas.*

Portafolio.co. Recuperado el 12 de septiembre de 2023, de

<https://www.portafolio.co/economia/reforma-tributaria/dudas-por-efecto-de-consumo-del-impuesto-a-bebidas-azucaradas-568647>

Vázquez, C. (2021, abril 13). *Exceso de azúcar en la dieta: seis perjuicios para la salud*

que tal vez no conocías. elDiario.es. https://www.eldiario.es/era/perjuicios-salud-exceso-azucar-dieta_1_7797787.html

Regístrate

Inicia sesión

Añadir nuevo

Instalar extensión de Chrome

Gioberchio, G. (2021, August 14). Los sellos de advertencias en envases mejoran los

hábitos de compra de alimentos, según estudios regionales. *Infobae.*

<https://www.infobae.com/salud/2021/08/14/los-sellos-de-advertencias-en-envases-mejoran-los-habitos-de-compra-de-alimentos-segun-estudios-regionales/>

Prada Arenas, D., & Hernández Flórez, J. M. (2017). EL IMPACTO DE LAS NUEVAS

TENDENCIAS DEL MERCADO SOBRE LAS BEBIDAS AZUCARADAS.

COLEGIO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE ADMINISTRACIÓN CESA, 1(1),

14. [https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/1821/ADM2017-](https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/1821/ADM2017-00783.pdf?sequence=9)

[00783.pdf?sequence=9](https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/1821/ADM2017-00783.pdf?sequence=9)

- Vartanian LR, Schwartz MB, Brownell KD. Effects of soft drink consumption on nutrition and health: a systematic review and meta-analysis. *Am J Public Health* 2007; 97:667-675

Avance Jurídico Casa Editorial Ltda. (n.d.). *Normograma SNS - Resolución 810 de 2021 MSPS*. © Avance Jurídico Casa Editorial Ltda., Superintendencia Nacional De Salud - Supersalud.

http://normograma.supersalud.gov.co/normograma/docs/resolucion_minsaludps_0810_2021.htm

De Salud Y Protección Social De Colombia, M. (n.d.). *A consulta pública resolución para etiquetado frontal de advertencia*. <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/A-consulta-publica-resolucion-para-etiquetado-frontal-de-advertencia.aspx>

Resolución 2492 de 2022 Ministerio de Salud y Protección Social. (n.d.).

<https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=137402>

Brownell, K. D., & Frieden, T. R. (2009). Ounces of Prevention — The Public Policy Case for Taxes on Sugared Beverages. *The New England Journal of Medicine*, 360(18), 1805–1808. <https://doi.org/10.1056/nejmp0902392>

- Forshee RA, Anderson PA, Storey ML. Sugar-sweetened beverages and body mass index in children and adolescents: a meta-analysis. *Am J Clin Nutr* 2008;87:1662-71.

- Nielsen SJ, Popkin BM. Changes in beverage intake between 1977 and 2001. *Am J Prev Med* 2004; 27:205-210[Erratum, *Am J Prev Med* 2005;28:413.]

- Ludwig DS, Peterson KE, Gortmaker SL. Relation between consumption of sugar-sweetened drinks and childhood obesity: a prospective, observational analysis. *Lancet* 2001; 357:505-508

- Elasticity: big price increases cause Coke volume to plummet. *Beverage Digest*. November 21, 2008:3-4.

Referencias:

Bebidas azucaradas y muertes en México. (s. f.). <https://insp.mx/avisos/bebidas-azucaradas-y-muertes-en-mexico>

Contreras, E. (2023). Ley de Etiquetado de alimentos en Colombia. Institucional Colombia.

<https://www.institucionalcolombia.com/informe-especial/ley-de-etiquetado-de-alimentos-en-colombia/#:~:text=En%20Colombia%2C%20la%20ley%20de%20etiquetado%20frontal%20se%20aplica%20a,de%20Salud%20y%20Protecci%C3%B3n%20Social.>

Deutsche Welle. (2023, marzo 3). Latinoamérica: estudio revela impacto de bebidas azucaradas. Deutsche Welle. <https://www.dw.com/es/estudio-en-latinoam%C3%A9rica-revela-impactos-de-consumo-de-bebidas-azucaradas/a-64883240>

ENSIN: Encuesta Nacional de Situación Nutricional. (s. f.). Portal ICBF - Instituto Colombiano de Bienestar Familiar ICBF.

<https://www.icbf.gov.co/bienestar/nutricion/encuesta-nacional-situacion-nutricional#ensin3>

Etiquetado frontal. (s. f.). OPS/OMS | Organización Panamericana de la Salud.

<https://www.paho.org/es/temas/etiquetado-frontal>

Gioberchio, G. (2021, agosto 14). “Los sellos de advertencias en envases mejoran los hábitos de compra de alimentos, según estudios regionales.” (“Los sellos de advertencias en envases mejoran los hábitos de compra de ...”) infobae.

<https://www.infobae.com/salud/2021/08/14/los-sellos-de-advertencias-en-envases-mejoran-los-habitos-de-compra-de-alimentos-segun-estudios-regionales/>

La evidencia científica - etiquetados claros. (2022, 4 noviembre). Etiquetados Claros. <https://etiquetadosclaros.org/la-evidencia-cientifica/>

Manuel, J., & Flórez, H. (s/f). EL IMPACTO DE LAS NUEVAS TENDENCIAS DEL MERCADO SOBRE LAS. (“EL IMPACTO DE LAS NUEVAS TENDENCIAS DEL MERCADO SOBRE LAS ... - CESA”) Edu.co. Recuperado el 30 de agosto de 2023, de <https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/1821/ADM2017-00783.pdf?sequence=9>

Negocios, E. y. (2021, septiembre 30). Consumidores: así funciona el nuevo etiquetado de alimentos. El Tiempo.

<https://www.eltiempo.com/economia/sectores/etiquetado-frontal-estos-son-los-sellos-de-la-nueva-ley-622008>

Tiendas de barrio: Últimas noticias económicas de Tiendas de barrio. (s/f). Diario La República. Recuperado el 30 de agosto de 2023, de <https://www.larepublica.co/tiendas-de-barrio>

Sánchez, S. (2020). La industria de bebidas es de la más afectadas por Covid-19 y nuevo etiquetado. (“La industria de bebidas es de la más afectadas por Covid-19 y nuevo ...”) Forbes México. <https://www.forbes.com.mx/la-industria-de-bebidas-es-de-la-mas-afectadas-por-covid-19-y-nuevo-etiquetado>

Vargas, N. (2023, febrero 24). Coca Cola Femsa registró ingresos por \$226.740 millones en 2022, creciendo 18,5%. Diario La República. <https://amp.larepublica.co/empresas/coca-cola-femsa-registro-ingresos-por-226-740-millones-en-2022-creciendo-18-5-3554339>

Portafolio. (n.d.). *Bogotá, la ciudad en donde más crecen las tiendas de barrio.*

Portafolio.co. Retrieved September 16, 2023, from

<https://www.portafolio.co/economia/finanzas/bogota-la-ciudad-en-donde-mas-crecen-las-tiendas-de-barrio-570526>

El uso eficaz de impuestos a las bebidas azucaradas podría disminuir su consumo, según informe de OPS - OPS/OMS | Organización Panamericana de la Salud. (2021.).

Www.paho.org. <https://www.paho.org/es/noticias/10-5-2021-uso-eficaz-impuestos-bebidas-azucaradas-podria-disminuir-su-consumo-segun>

Dejusticia. (2022, December 20). *Colombia ahora tendrá etiquetado octagonal: todo lo que debes saber.* Dejusticia. <https://www.dejusticia.org/colombia-ahora-tendra-etiquetado-octagonal-todo-lo-que-debes-saber/#:~:text=El%20etiquetado%20que%20establece%20la>

MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL. (n.d.).

https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%20No.%202492de%202022.pdf

Manuel, J., Flórez, H., De Estudios, C., & De Administración, S. (n.d.). *EL IMPACTO DE LAS NUEVAS TENDENCIAS DEL MERCADO SOBRE LAS BEBIDAS*

AZUCARADAS DANIELA PRADA ARENAS. Retrieved September 16, 2023, from

<https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/1821/ADM2017-00783.pdf?sequence=9&isAllowed=y>

WebMasterDH. (2022, August 3). *Ministerio de Salud volvió a cambiar reglas del etiquetado frontal.* Diario Del Huila. <https://www.diariodelhuila.com/ministerio-de-salud-volvio-a-cambiar-reglas-del-etiquetado-frontal/>

Manuel, J., Flórez, H., De Estudios, C., & De Administración, S. (n.d.). *EL IMPACTO DE LAS NUEVAS TENDENCIAS DEL MERCADO SOBRE LAS BEBIDAS AZUCARADAS DANIELA PRADA ARENAS.*

<https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/1821/ADM2017-00783.pdf?sequence=9&isAllowed=y>

Analitik, V. (2022, August 2). *Colombia | A consulta pública resolución para etiquetado frontal en alimentos.* Valora Analitik.

<https://www.valoraanalitik.com/2022/08/01/colombia-consulta-resolucion-etiquetado-frontal-alimentos/?amp=>