

Universidad de Lima
Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas
Carrera de Administración



Las implicancias potenciales en las compañías productoras de alimentos industrializados por la implementación del sistema de advertencias al consumidor basado en octógonos

Curso

Gerencia de Proyectos

Alumnos

Espinoza Leon, Bryan Emir, - 20142773

Gutiérrez Díaz, César Daniel - 20161695

Ocaña García, Carlos Italo - 20142087

Romero Perez, Edwin Cesar - 20141196

Velásquez Mendoza, Valeria Sabrina - 20161521

Profesor

Solis Fuster, Fernando Manfredo Jesús

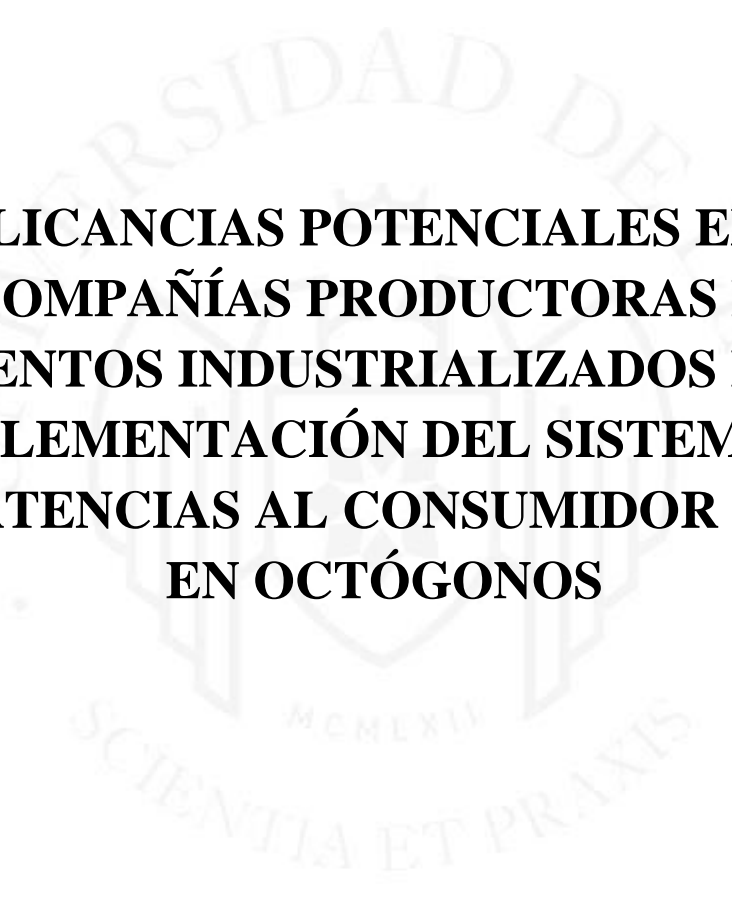
Sección

701

Lima - Perú

Febrero 2020





**IMPLICANCIAS POTENCIALES EN LAS
COMPAÑÍAS PRODUCTORAS DE
ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS POR LA
IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA DE
ADVERTENCIAS AL CONSUMIDOR BASADO
EN OCTÓGONOS**

ÍNDICE

1. Antecedentes teóricos y empíricos
2. El modelo y las hipótesis
3. Métodos y procedimientos de investigación
4. Hipótesis y evidencia: principales hechos estilizados
5. Hipótesis y evidencia: principales resultados
6. Conclusiones e implicancias



RESUMEN

En Julio de 2019 se implementa el sistema de etiquetado de advertencia en los alimentos procesados conocido como “Octógonos”. El fin de estas etiquetas es generar conciencia en el consumidor y persuadirlo de ingerir alimentos con componentes como Grasas Saturadas, Azúcares, Sal y Grasas Trans.

La investigación busca medir cómo el conocimiento de los octógonos impacta en la elasticidad de la demanda, como medida de efectividad para reducir el consumo de alimentos etiquetados con los octógonos. Así mismo, se contrastan los cálculos sobre la demanda con las encuestas realizadas a consumidores sobre cómo los octógonos impactan sus hábitos de consumo.



1. Antecedentes teóricos y empíricos

Las noticias nos han mostrado la situación actual de la sociedad, el incremento de problemas de obesidad o enfermedades crónicas, las estrategias que usan las compañías productoras de alimentos industrializados cuando la información nutricional de estos no es verdadera. Como también la información nutricional proporcionada en los empaques, el cual, en ocasiones, es difícil de entender.

Por todo ello, nuestro país como otros, han desarrollado nuevas leyes que obligan a las industrias productoras de alimentos procesados a ser transparentes con sus clientes, con el objetivo de informar de manera más clara y simple.

Esta ley implementa el uso de un sistema de etiquetado de advertencia en los alimentos procesados más conocido como “Octógonos”. Al comienzo, la mayoría de los peruanos desconocía la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable para Niños, Niñas y Adolescentes. Incluso a abril de 2019, a dos meses de implementada la Ley, 50% de los limeños desconocían sobre los octógonos (Axer Consultores, 2019). A junio del 2019, 45% de los peruanos lee la información en los octógonos, lo que puede derivar en una mayor conciencia que afectaría los patrones de consumo (Kantar, 2019).

Los efectos que se esperan de la implementación de los octógonos han dado una gama de efectos tanto positivos y negativos para las empresas productoras de alimentos industrializados. Del lado del consumidor, la ley busca un cambio de comportamiento en sus hábitos de consumo al generar mayor conciencia sobre los componentes que ingiere. Del lado de los productores, la respuesta ha sido variada, desde la búsqueda de la evasión de la ley reduciendo el tamaño del empaque (Delgado, 2019); hasta la oportunidad de impulsar alternativas saludables de ciertas líneas de productos.

Los octógonos han abierto una oportunidad para que las compañías reformulen sus productos y tengan un portafolio amplio sin sellos. Por ejemplo, el grupo Aje en Junio de 2019 exhibió sus líneas de productos sin octógonos, usando la ausencia de octógonos como un factor de diferenciación para sus productos (Aje, 2019). Muchas empresas productoras de alimentos industrializados han tenido resultados negativos porque la gran mayoría de sus

productos están llenos de octógonos. En junio se mostró una caída de 4% en el consumo de ciertas marcas de supermercados (Kantar, 2019). Por el otro lado, esta ley puede ayudar a ciertas empresas a ganar más mercado y tener más demanda entre los consumidores peruanos.



2. El modelo y las hipótesis

Modelo: Elasticidad de la Demanda:

$$E_o = \frac{\%Y}{\%O}$$

Hipótesis:

El consumidor es sensible a la información de los octógonos por lo que, la Elasticidad de la demanda aumenta con el conocimiento de los octógonos.

Para que la hipótesis se corrobore:

$$-\infty \leq E_o \leq -1$$

3. Métodos y procedimientos de investigación

Métodos:

Utilizando los datos de la variación de la demanda en las categorías afectadas por los sellos desde Julio de 2019 y el porcentaje de consumidores que leen los sellos desde Julio de 2019, se establecerá una relación de Elasticidad de Demanda en función a la conciencia de los Octógonos. El periodo de análisis comprende desde Julio de 2019 hasta Noviembre de 2019.

Método Cualitativo: Se ahondará en relación a los tipos de octógonos (Altas en Grasas Saturadas, Alto en Sodio, Alto en Azúcar, Contiene Grasas Trans) y se establecerán relaciones con el comportamiento del consumidor.

Procedimientos:

1. Recopilar datos sobre la Demanda de los productos afectados por los Octógonos.
2. Calcular la Elasticidad en función al conocimiento del consumidor de los octógonos.
3. Interpretar relación entre las estadísticas de hábitos de consumo y las variaciones en los volúmenes de venta en productos del sector de alimentos industriales.
4. Evaluar si el efecto ha sido positivo o negativo según el producto analizado.

4. Hipótesis y evidencia: principales hechos estilizados (mostrar cómo dependen las variables dependientes de la independientes, con fórmulas)

Hipótesis: El consumidor es sensible a la información de los octógonos por lo que, la Elasticidad de la demanda aumenta con el conocimiento de los octógonos.

Evidencias:

- Estudio de Alexander Consultores indica que 63% de los consumidores limeños afirma que reducirá su consumo de alimentos etiquetados con octógonos y un 21% afirma que dejará de consumirlos (Gestión, 2019).

Principales hechos estilizados:

- Fórmulas:
 - Elasticidad Octógonos:

$$E_o = \frac{\%Y}{\%O}$$

La elasticidad es una medida económica que muestra el grado de respuesta o elasticidad de la cantidad demandada en relación al cambio porcentual de una variable.

- E: Elasticidad Octógono. **Variable dependiente.** Para su evaluación se utilizará la siguiente tabla de discriminación:

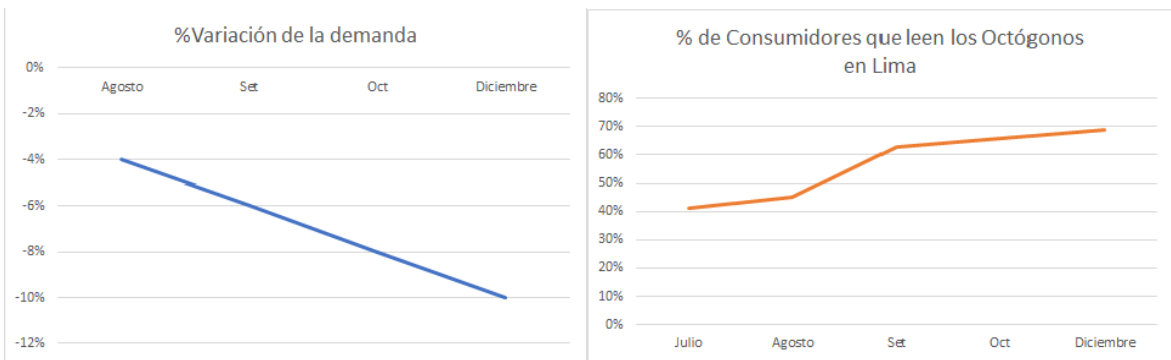
Valor	Términos descriptivos
$E_p = 0$	Demanda perfectamente inelástica
$-1 < E_p < 0$	Demanda inelástica o relativamente inelástica
$E_p = -1$	Elasticidad unitaria
$-\infty < E_p < -1$	Demanda elástica o relativamente elástica
$E_p = -\infty$	Demanda perfectamente elástica

Fuente: Parkin; Powell; Matthews (2002). p.75.

- %Y: Variación de la cantidad demandada de productos marcados con octógonos.
- %O: Variación en el porcentaje de consumidores que leen los octógonos. **Variable independiente**

Esta fórmula tiene las siguientes consideraciones:

- 1) %Y es negativo pues hay una relación a lo largo del tiempo con el % de consumidores que leen los Octógonos en Lima (O) como se puede apreciar en el siguiente gráfico:



Además, basado en el reporte de Kantar, asumimos que la variación de la demanda ha sido constante de agosto a noviembre en los productos con octógonos.

- 2) Para el cálculo de %O tenemos los siguientes datos recopilados principalmente del reporte de Kantar de octubre de 2019 y el artículo de Arellano Marketing del mismo mes. El valor de O en noviembre es de una proyección

$$%O = \frac{\Delta O}{O}$$

En la siguiente tabla los valores calculados para O% para el periodo de análisis

	% de Consumidores que leen los Octógonos en Lima (O)	O%
Julio	41%	-
Agosto	45%	10%
Set	63%	40%
Oct	66%	5%
Noviembre	69%	5%

5. Hipótesis y evidencia: principales resultados (mostrar cómo dependen las variables dependientes de las independientes, con cifras)

Hipótesis:

El consumidor es sensible a la información de los octógonos por lo que, la Elasticidad de la demanda aumenta con el conocimiento de los octógonos.

Para que la hipótesis se corrobore:

$$-\infty \leq E_o \leq -1$$

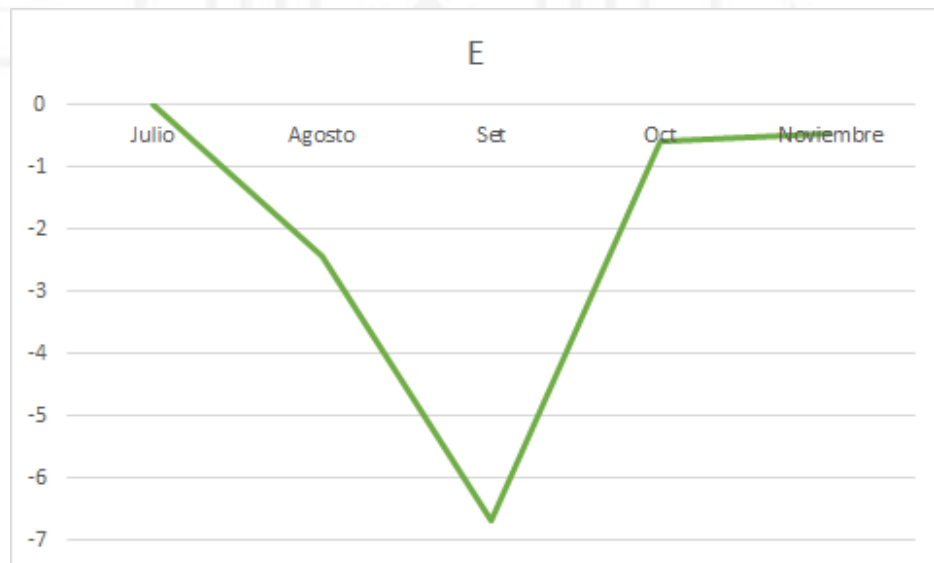
Evidencias:

Cálculo de la Elasticidad

	% de Consumidores que leen los Octógonos en Lima (O)	O%	Y%	E
Julio	41%	-	-	-
Agosto	45%	10%	-4%	-2.43902439
Set	63%	40%	-6%	-6.66666667
Oct	66%	5%	-8%	-0.5952381
Noviembre	69%	5%	-10%	-0.45454545

Al analizar estos datos podemos afirmar que para los meses de Agosto, Setiembre se cumple que $-\infty < E_o < -1$, con lo que la hipótesis está confirmada para esos meses.

Sin embargo, se revierte la situación en Octubre y Noviembre donde $-1 < E_o < 0$.



Se puede observar que la demanda pasa rápidamente de un estado de inelasticidad a uno de elasticidad durante Agosto y Septiembre y, rápidamente, regresa a la inelasticidad desde Octubre y la tendencia se mantiene hasta el final del periodo de análisis. Esto puede ser debido al aumento del consumo en el sector por la temporada de fiestas y feriados.

El 23 de julio del 2019, se dio a conocer la encuesta Pulso Perú de Datum, destinada a medir el conocimiento y actitud de los ciudadanos peruanos frente a los recientemente implementados octógonos. Los resultados apuntan al éxito de las advertencias.

Principales resultados:

El 66% de los peruanos indican dijo que sí prestan atención a los octógonos al momento de adquirir algún producto, mientras que el 29% ni los observan. En el nivel A/B, el 89% dijo que sí los vio, comparado con un 77% en el sector C y 62% del D. Hace falta trabajar en el sector E y en el rural, donde solo 53% y 48%, respectivamente, vieron los octógonos.

Con respecto a la actitud del consumidor de consumir más o mel alimentos con los octógonos implementados es de un 64% dijo que consumirá menos y el 25% indicó que consumirá igual. En los niveles A, B y C, el 66% dijo que reducirá el consumo de productos con octógonos, comparado con 64% en el D y 65% en el E

Esa actitud difiere por regiones. En el oriente, 75% dijo que consumiría menos los productos con octógonos, mientras que en Lima y Callao, la proporción es 72%. En el norte, centro y sur, esta actitud la tuvieron el 70%, 56% y 54%, respectivamente. (Comercio, 2019).

6. Conclusiones

- El consumidor peruano durante los primeros meses de la implementación de los octógonos tuvo una fuerte reacción a estos. Se manifiesta con la elasticidad de la demanda alcanzando un pico en -6.66 en Octubre del 2019.
- Sin embargo, en Noviembre la demanda regresó a ser relativamente inelástica con -0.4545. Se puede pensar que esto es debido al aumento del consumo estacional en estas categorías durante los meses de Noviembre y Diciembre.
- Con el presente trabajo de investigación, se ha podido concluir que la demanda de productos alimenticios saludables está en aumento. Las compañías productoras de alimentos industrializados están obligadas a respetar las nuevas leyes. Por el otro lado, el consumidor peruano, cada vez más, está usando el etiquetado al momento de comprar algún producto, en otras palabras, los “octógonos” están relacionados a la producción y demanda de productos alimenticios.
- Se pudo concluir que el impacto que está teniendo la implementación de los octógonos de advertencia en los alimentos industrializados sobre la salud pública peruana, es impresionante, siendo muy positivo que la industria de alimentos peruana se está adaptando a producir alimentos más saludables.
- La industria alimenticia evidentemente ha visto afectada su demanda por la implementación de estos octógonos en el etiqueta, debido al hecho de que al consumidor lo hace más consciente de sus decisiones de compra.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arellano Marketing. (17 de Octubre de 2019). En tiempos de octógonos ¿al consumidor peruano le importa tener un consumo saludable? *Arellano Marketing*.

Ccoillo, M. (25 de Marzo de 2019). Alicorp cumplirá con Manual de Advertencias Publicitarias en sus empaques. *La República*.

Kantar Consulting. (2019). 7 de cada 10 hogares cambian sus hábitos de consumo. Lima: Kantar.

RPP Redacción. (22 de Julio de 2019). Siete de cada 10 hogares cambiaron sus consumos tras la implementación de los octógonos. *RPP*.

Suito, J. (13 de Septiembre de 2019). Octógonos ocasionan la disminución en el consumo de gaseosas y galletas en Perú. *Mercado Negro*.

Trigoso, M. (25 de Abril de 2019). El 63% de consumidores reducirá consumo de alimentos etiquetados con octógonos. *Gestión*.