



EFFECTOS DE LA LEY DE ETIQUETADOS EN LA DEMANDA Y OFERTA DE PRODUCTOS

Nano Barahona, Cristóbal Otero y Sebastián Otero



Efectos de la Ley de Etiquetados en la Demanda y Oferta de Productos

Septiembre 2023



Nano Barahona

Profesor asistente del departamento de economía de la Universidad de California, Berkeley.



Cristóbal Otero

Profesor asistente de la escuela de negocios de la Universidad de Columbia.



Sebastián Otero

Profesor asistente del departamento de economía de la Universidad de Columbia.

Abstract: En este documento explicamos los resultados de la investigación llevada a cabo en [Barahona et al. \(2023a\)](#) y [Barahona et al. \(2023b\)](#) sobre los efectos de la ley de etiquetados de alimentos en la demanda y oferta de productos. Después de la introducción de la regulación, los consumidores redujeron el consumo de azúcar y calorías en un 9% y un 6% respectivamente, debido a cambios en sus decisiones de compra y reformulación por parte de la industria. Encontramos que los consumidores sustituyen dentro de categorías de productos con sellos a productos sin sellos. Esta sustitución es particularmente importante en aquellos productos sobre los cuales los consumidores estaban desinformados acerca de su contenido nutricional. También mostramos que las firmas reformularon sus productos, reduciendo el contenido de ingredientes críticos para estar justo por debajo de los umbrales regulatorios. Utilizando un modelo de equilibrio, estimamos que las etiquetas aumentan el bienestar del consumidor en un 1.8% del gasto total, efecto que es amplificado por la reformulación de la industria. También exploramos diseños de políticas alternativas, y mostramos que las ganancias de bienestar generadas por la ley de etiquetado de alimentos son similares a aquellas que se logran con impuestos al azúcar.

I. INTRODUCCIÓN

A pesar de los intentos por parte de diversas organizaciones y gobiernos para combatir la obesidad, [ningún país ha sido capaz de reducir la tendencia alcista en los últimos 30 años](#). Las herramientas más utilizadas para atenuar el alza sostenida de las tasas de obesidad son: **(i)** impuestos al azúcar y **(ii)** campañas de información.

Respecto a las campañas de información, muchos países han optado por aplicar **leyes de etiquetado frontal** en los alimentos, siendo Chile un precursor en el asunto. Diferenciándose de las tablas de información nutricional tradicionales, que se encuentran en la parte **posterior de los paquetes o envases**, el etiquetado

frontal de alimentos provee información fácil de interpretar, advirtiendo de forma temprana y sencilla los riesgos que tiene el consumo de un tipo de producto.

Existen diversos diseños de etiquetados frontales a lo largo del mundo, variando según su diseño y objetivo. En Perú, se ha adoptado un **sistema de advertencia nutricional estilo semáforo**. Este consiste, en palabras simples, en entregar información nutricional con tres colores: verde (alimentos sanos), amarillo (alimentos intermedios), o rojo (alimentos poco saludables).¹

Por otro lado, algunos países optaron por un **diseño binario en forma de disco pare (sellos de advertencia)**, como en el caso de Chile, con prevenciones sobre el exceso de nutrientes críticos en alimentos procesados con niveles elevados de: **(i) azúcar, (ii) sodio, (iii) grasas saturadas y/o (iv) calorías**. En sencillo, los fabricantes deben indicar si un producto es alto en alguno de estos nutrientes cuando el alimento sobrepasa cierto umbral de concentración cada 100 gramos. Por cada umbral superado, se debe colocar una etiqueta de advertencia en la parte delantera del paquete del producto. Es importante señalar que la regulación vigente en Chile no entrega un límite de sellos que pueda poseer un producto. Así, un alimento puede poseer tantos sellos como niveles por sobre el umbral específico de cada nutriente tenga el producto. En el Figura 1 es posible observar el tipo de etiquetado que se utiliza en Chile.

Figura 1: Tipos de etiquetado frontal utilizado en Chile.



Fuente: Ministerio de Salud (2016).²

Chile fue pionero en el desarrollo de los sellos de advertencia. En efecto, el 2016 este país fue el primero en establecer una **ley de etiquetado frontal** a nivel nacional y de manera obligatoria. Desde entonces, los sellos de advertencia obligatorios se hicieron “populares” y se han implementado en **México, Perú, Uruguay, Argentina e Israel**. Adicionalmente, otros 25 países, tales como Brasil, Colombia, Canadá e India están en el proceso de discusión regulatoria. La Tabla 1 muestra los países en donde, hasta el año 2021, se aprobó —o está en proceso de discusión— algún tipo ley de etiquetado frontal.

1 Al respecto, ver <https://rpp.pe/vital/salud/la-ley-de-alimentacion-saludable-peruana-se-juega-un-partido-aparte-noticia-1088869> (revisado el 24.08.23)

2 Al respecto, ver <https://www.minsal.cl/ley-de-alimentos-nuevo-etiquetado-de-alimentos/> (revisado el 24.08.2023)

Tabla 1: Políticas de etiquetado frontal en distintos países.³

Country	Status	Year	Critical nutrients			
			Sugar	Sodium	Fat	Calories
Chile	Implemented	2016	✓	✓	✓	✓
Peru	Implemented	2019	✓	✓	✓	
Israel	Implemented	2020	✓	✓	✓	
Mexico	Implemented	2020	✓	✓	✓	✓
Uruguay	Implemented	2021	✓	✓	✓	
Brazil	Approved	2020	✓	✓	✓	
Argentina	Approved	2021	✓	✓	✓	✓
Colombia	Approved	2021	✓	✓	✓	
Venezuela	Approved	2021	✓	✓	✓	
Antigua and Barbuda	In discussion	-	✓	✓	✓	
Bahamas	In discussion	-	✓	✓	✓	
Barbados	In discussion	-	✓	✓	✓	
Canada	In discussion	-	✓	✓	✓	
Costa Rica	In discussion	-	✓	✓	✓	✓
Dominica	In discussion	-	✓	✓	✓	
El Salvador	In discussion	-	✓	✓	✓	✓
Guatemala	In discussion	-	✓	✓	✓	
Guyana	In discussion	-	✓	✓	✓	
Haiti	In discussion	-	✓	✓	✓	
India	In discussion	-	✓	✓	✓	✓
Jamaica	In discussion	-	✓	✓	✓	
Panama	In discussion	-	✓	✓	✓	✓
Paraguay	In discussion	-	✓	✓	✓	✓
Saint Kitts and Nevis	In discussion	-	✓	✓	✓	
Saint Lucia	In discussion	-	✓	✓	✓	
Suriname	In discussion	-	✓	✓	✓	
Trinidad and Tobago	In discussion	-	✓	✓	✓	

Fuente: Elaboración propia.

En Chile, la [Ley 20.606](#) (en adelante, “Ley de Alimentos”) entró en vigencia en el 2016, introduciendo la obligación, por parte de las empresas, de incorporar sellos de advertencia en sus envases y empaquetados para informar a los consumidores sobre el exceso de nutrientes crítico en productos procesados. El objetivo principal de la reforma era **complementar** la información que ya era presentada en la parte posterior del paquete (en formato de tabla nutricional), pero que es compleja de interpretar y que no permite a los consumidores tomar una decisión informada.

La implementación de la política de sellos de advertencia fue gradual, diferenciándose tres etapas, en donde cada una estableció límites más estrictos. Las etapas 1, 2 y 3 tuvieron lugar en junio de 2016, 2018 y 2019, respectivamente. Los umbrales son uniformes para todos los productos alimenticios, y solo varían en función de si el producto es sólido o líquido. Por último, los límites regulatorios se establecieron en base al contenido nutricional de productos no procesados obtenidos de la base de datos del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA por sus siglas en inglés).

3 La Tabla 1 muestra la aprobación y discusión de leyes de etiquetado frontal obligatorio en diferentes países del mundo. La tabla incluye países en los que la ley se ha implementado, aprobado o está actualmente en discusión. Países en donde no hay una discusión con un plan de implementación formal de parte del gobierno o una propuesta de ley en el congreso no fueron incluidos en la muestra. Para países con la política implementada o aprobada, la columna “year” muestra el año en que la primera fase de la política fue implementada, o el año en el que la política fue aprobada, respectivamente.

II. IMPACTO DE LOS SELLOS DE ADVERTENCIA

Posterior a la reforma, se evaluó el efecto que tuvo los sellos advertencia en el consumo de las personas con encuestas públicas, preguntado directamente a una muestra de consumidores sobre cómo cambió su comportamiento. Sin embargo, estas evaluaciones no logran ser concluyentes, y sólo capturan percepciones o creencias. Para medir el impacto de los sellos de advertencia en conductas de compra, es necesario evaluar el efecto en las compras que efectivamente se realizan.

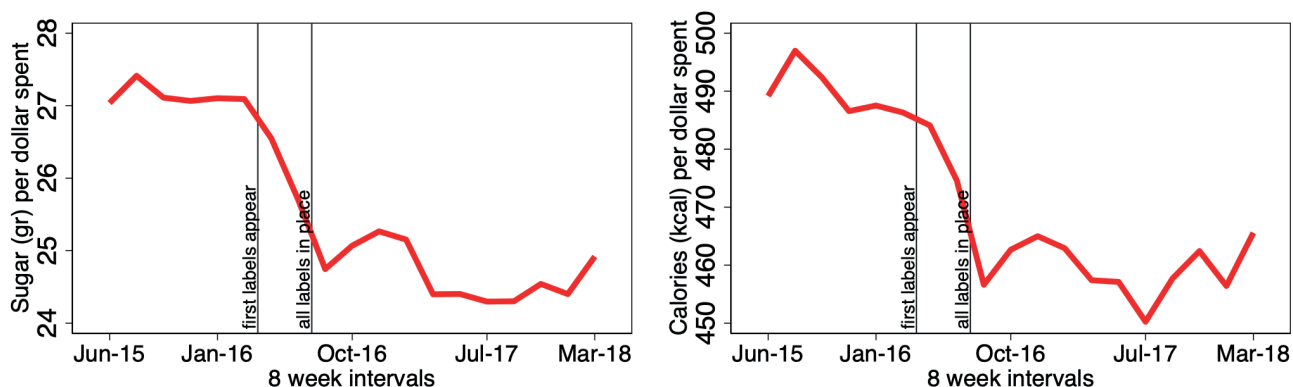
Por esta razón, en Barahona et al., (2023a) estudiamos los efectos de la implementación de los sellos de advertencia en Chile. En el trabajo se utilizan datos de la cadena de supermercados Walmart, y con un convenio de confidencialidad fue posible acceder a información anonimizada sobre las compras de alimentos de una muestra de 500 mil clientes, entre mayo de 2015 y marzo de 2018, en todos los supermercados Walmart de Chile.

La investigación se enfoca en dos nutrientes críticos (azúcar y calorías). Para calcular los nutrientes que contiene cada producto, asociamos cada producto disponible en los supermercados a su información nutricional, reportada en el paquete del producto, y en los casos de productos no empaquetados (p. ej., frutas y verduras), recurrimos a la información disponible en [USDA](#).

La información de consumo de Walmart, junto con la información nutricional de cada producto, nos permitió calcular la cantidad de calorías y azúcares que contiene cada compra realizada por un determinado consumidor en los supermercados Walmart. Usando estos datos, podemos observar **cómo varían los patrones de compra del total de azúcar y calorías, antes y después de la introducción de los sellos de advertencia.**

El primer resultado de nuestra investigación se muestra en la Figura 2. La primera línea negra vertical indica cuándo comienzan a aparecer los sellos en los productos. Por su parte, la segunda línea negra vertical indica la fecha en que la regulación entra en efecto. La línea roja muestra cómo cambia el consumo promedio de azúcar (izquierda) y calorías (derecha) en el tiempo. Se puede inferir que, previo a la entrada en vigencia de la Ley de Alimentos, el consumo de azúcar y calorías y azúcares era estable, por sobre los 26 gr por dólar en el caso del azúcar y por sobre las 480 kcal por dólar en el caso de calorías totales. Sin embargo, luego de la introducción de los sellos, hay una reducción de 9% y 7% en el consumo de azúcar y calorías, respectivamente.

Figura 2: Ingesta nutricional por dólar gastado, antes y después de la implementación de la política.⁴



Fuente: Barahona et al., (2023a).

⁴ Una vez que se introduce la ley de etiquetado frontal, el total de ingesta de azúcar disminuye de 27.3 a 24.9 gramos de azúcar por cada dólar, mientras que el total de la ingesta calórica disminuye de 488 a 457 kilocalorías por dólar. La línea vertical de la izquierda corresponde al momento en donde los sellos de advertencia empiezan a aparecer por primera vez en los productos. La línea de la derecha corresponde al momento en donde el uso de los sellos de advertencia se hace obligatorio según la Ley de Alimentos.

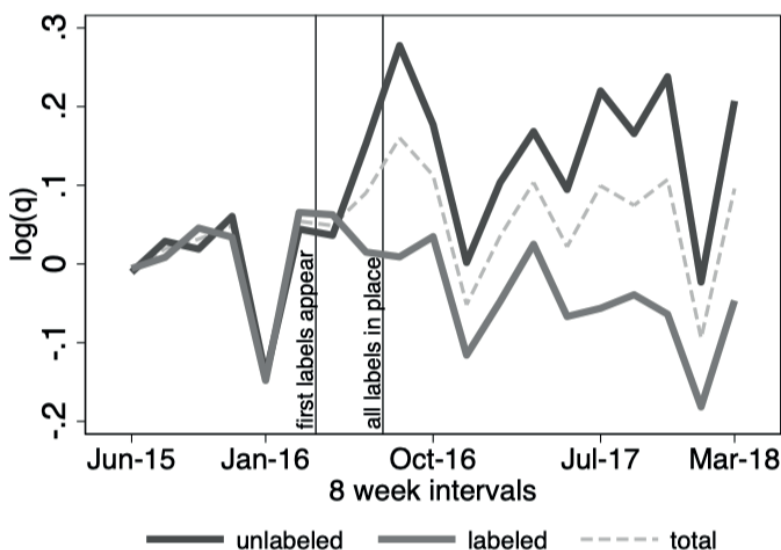
En base a lo anterior, es posible considerar que los consumidores cambiaron su conducta de compra hacia productos con menos sellos, y por consecuencia, con un menor contenido de azúcar y calorías. Este componente es lo que se conoce como *efecto demanda*, que viene a ser negativo tras la introducción de la política de sellos. Por otro lado, la industria alimenticia reformuló el contenido nutricional de sus productos, disminuyendo el contenido de azúcar para evitar tener la obligación de introducir sellos de advertencia en sus paquetes, debido al posible efecto disuasivo de estos en los consumidores. Este componente es lo que se denomina *efecto oferta*. La combinación de ambos efectos explica la caída en la línea roja de la Figura 2.

Con el propósito de tener un mejor entendimiento de los mecanismos detrás de la caída en el consumo de alimentos, la presente investigación se centrará en evaluar los efectos de la política de etiquetado en el **mercado de cereales de desayuno**. En lo que sigue, analizaremos los efectos que tuvo la reforma a la Ley de Alimentos en la demanda, la oferta y en los precios de venta de los cereales. Finalmente, discutiremos los resultados y posibles temas que se podrían abordar en futuras investigaciones.

III. RESULTADOS EN LA DEMANDA

Respecto a los efectos en la demanda de cereales, comparamos el cambio en las compras de cereales (con y sin sellos de advertencia), antes y después de la introducción de la Ley de Alimentos. Para entregar una interpretación más sencilla de los resultados, se utiliza una escala logarítmica, y normalizamos el consumo promedio anterior a la introducción de la ley a cero, así podemos observar el cambio en el consumo promedio de forma más sencilla. La Figura 3 muestra nuestros resultados.

Figura 3: Ventas de cereales con y sin sellos de advertencia.⁵



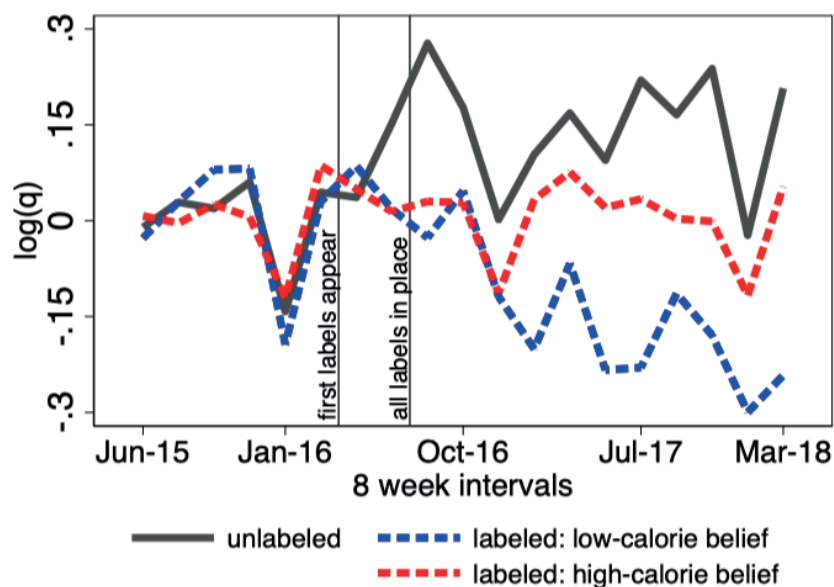
Fuente: Elaboración propia basada en los datos de Barahona et al. (2023a).

La Figura 3 muestra cómo cambió el consumo de gramos de cereales para el desayuno antes y después de la reforma a la Ley de Alimentos. Es posible observar, antes de la regulación, que los productos sin sellos (*unlabeled*) y con sellos (*labeled*) se comportan de forma similar. No obstante, luego de la entrada en vigencia

⁵ Esta figura compara la cantidad de gramos (en logaritmos) vendidos en supermercados de productos con y sin sellos de advertencia, respectivamente. El eje Y está normalizado de tal manera que los valores promedios para cada grupo son iguales en el periodo previo a la implementación de la ley. La línea negra corresponden a las ventas de productos sin sellos de advertencia, mientras que la línea gris muestra las ventas de productos con sellos de advertencia. Finalmente, la línea punteada indica la cantidad de ventas totales.

de la Ley de Alimentos, las ventas de los productos sin sellos aumentan, mientras que la de los productos con sellos se reducen. Las diferencias, en promedio, es de 26%. Esta evidencia permite concluir que al consumidor sí le importan los sellos, y que efectivamente modificaron su conducta de compra luego de su introducción.

Figura 4: Ventas en gramos de cereales con y sin sellos de advertencia, según creencias de consumidores.⁶



Fuente: Elaboración propia basada en los datos de Barahona et al. (2023a).

A continuación, exploramos cuáles son los mecanismos que inducen este cambio en la conducta de compra. De la Figura 4, es posible concluir que los mayores efectos en reducción de demanda se producen en aquellos productos que los consumidores pensaban eran saludables (bajas calorías), pero que terminaron con un sello de alto en calorías o azúcares (línea azul en la Figura 4). Por el contrario, para los productos que los consumidores tenían una percepción que coincidía con la realidad (eran percibidos de altas calorías y efectivamente son de altas calorías), los sellos no indujeron grandes cambios en la demanda (línea roja en la Figura 4). Es decir, aquellos productos en que los consumidores tenían una percepción correcta sobre los altos niveles de azúcar o calorías y, por ende, recibieron sellos, no vieron sus ventas menos afectadas. Sin embargo, en los productos donde la percepción de los consumidores era errónea, si es posible observar un cambio en la conducta. En base a lo anterior, concluimos que **los sellos influyen sustantivamente la conducta de consumo cuando proveen información que es valiosa e informativa**; sin embargo, si los consumidores ya conocen la información que está entregando el sello de advertencia, no existe un cambio sustancial en la conducta (como en el caso de la línea roja de la Figura 4).

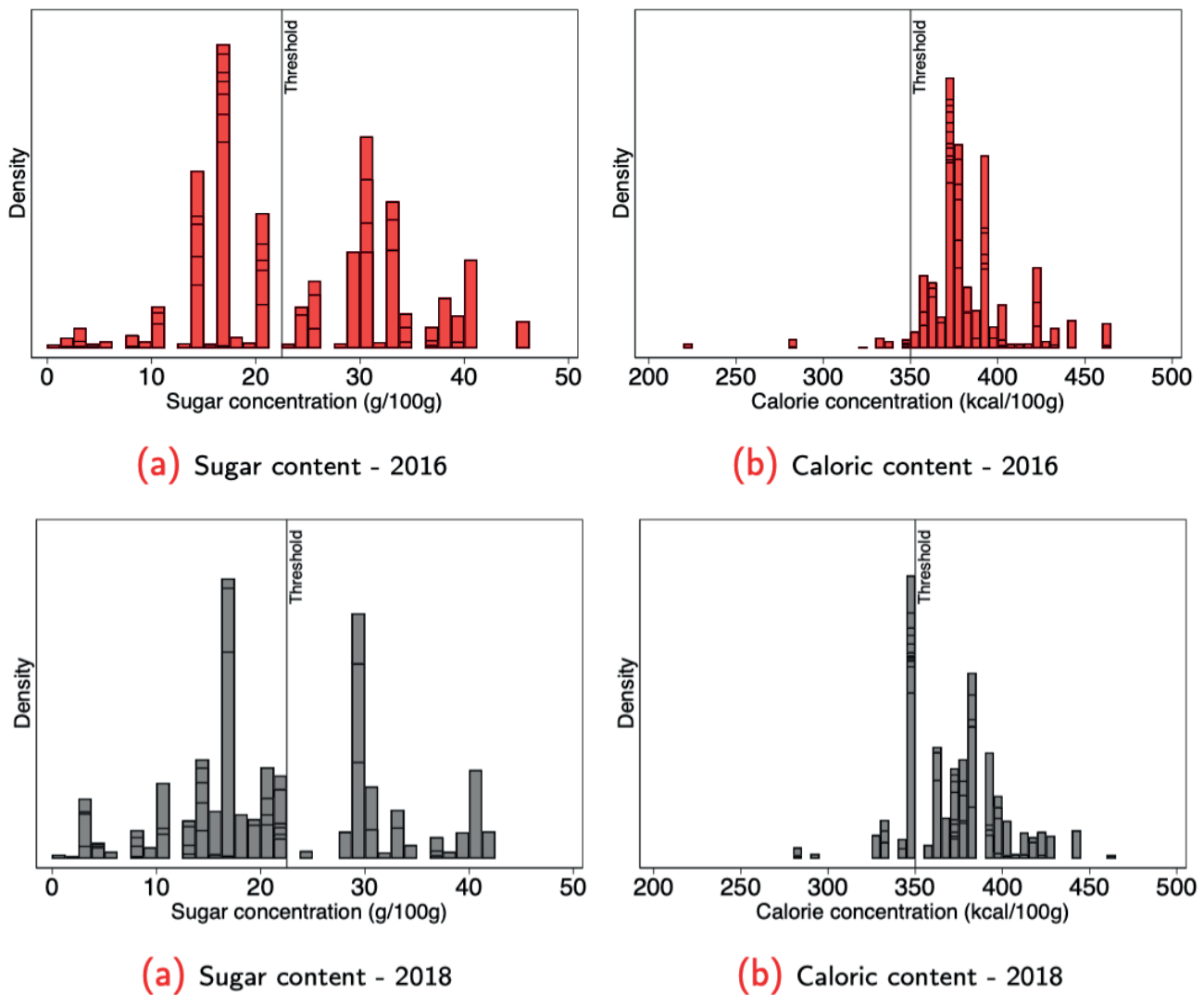
IV. RESULTADOS EN LA REFORMULACIÓN

Desde el punto de vista de la oferta, la introducción de los sellos de advertencia provee a las empresas de un fuerte incentivo a reformular el componente nutricional de sus productos para quedar por debajo de los límites regulatorios, evitando así la obligación de incluir sellos de advertencia en sus paquetes.

⁶ Esta figura compara cantidades de gramos (en logaritmos) vendidas en supermercados de productos con y sin sellos de advertencia respectivamente. El eje Y está normalizado de tal manera que los valores promedios para cada grupo son iguales en el periodo previo a la implementación de la política. La línea negra corresponde a ventas de productos sin sellos de advertencia, mientras que las líneas azul y roja corresponden a ventas de cereales con sellos de advertencia cuyas creencias sobre el contenido calórico estaban por bajo y sobre la mediana, respectivamente.

Los datos de información nutricional de productos que recolectamos muestran que estos incentivos efectivamente fueron abordados por los productores y es posible observar una disminución en el contenido de azúcar y calorías de los productos. En la Figura 5, que se presenta continuación, vemos la distribución de los gramos de azúcar y kilocalorías cada 100 gramos para los años 2016 (antes de la ley) y 2018 (después de la ley). Se observa que una masa importante de productos se ubica justo bajo los límites regulatorios (post reforma), lo que sugiere que un gran número de productos fueron reformulados para evitar la introducción de sellos de advertencia en sus paquetes. **En concreto, un 33% y 23% de productos “alto-en” azúcar y calorías, respectivamente, reformularon sus productos y evitaron los sellos.**

Figura 5: Distribución del contenido nutricional de productos antes y después de la implementación de la política.⁷



Fuente: Barahona et al. (2023a).

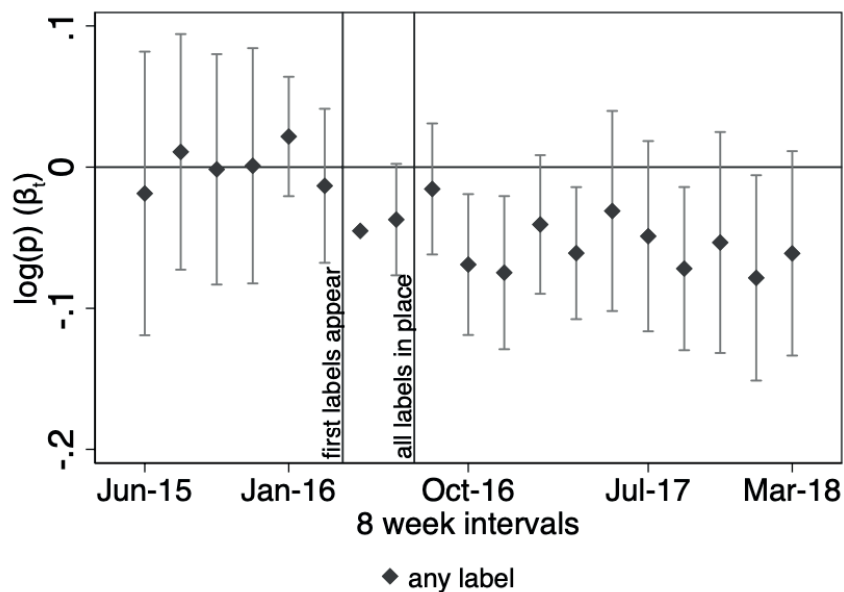
7 La Figura 5 muestra la distribución de calorías y azúcar por cada 100 gramos de cereal, antes y después de la implementación de la ley. Las observaciones están escaladas según pesos proporcionales a los ingresos en el periodo previo a la política. El gráfico excluye las avenas instantáneas, que no contienen nutrientes críticos agregados, ya que éstas están exentas de los sellos de advertencia y no fueron reformuladas.

V. RESULTADOS EN PRECIOS

Ciertamente, la reducción del contenido de azúcar y calorías es una buena noticia. Sin embargo, en el proceso de reformulación, para que los cereales mantuvieran su textura, las empresas reemplazaron los nutrientes críticos por otros ingredientes, como **polioles o maltitales**. Como estos ingredientes son más caros, el costo final del producto subió (Barahona et al., 2023a).

Por otro lado, es posible pensar que los sellos de advertencia **cambiaron la estrategia competitiva** de las firmas. Al servir como una herramienta informativa para los consumidores, la introducción de sellos aumentó la **capacidad de diferenciación** de algunos productos, lo que a la vez aumentó [el poder de mercado](#) de las firmas. En consecuencia, los **productos sin sellos** aumentaron **su demanda**, permitiendo así a las firmas obtener mayores márgenes operacionales. **Los productos con sellos**, por su parte, vieron una **disminución de la demanda**, lo que llevó a las firmas a **bajar sus precios** para hacerse más competitivas. El efecto final observado es de un aumento, en promedio, de un **5,5% de los precios de productos sin sellos de advertencias, relativo a aquellos productos que recibieron sellos**.

Figura 6: Cambios en precios relativos de productos con sellos vs. productos sin sellos.⁸



Fuente: Barahona et al. (2023a).

Finalmente, es importante mencionar que durante el periodo de estudio (2015-2018), no se observa entrada o salida de productos a nivel nacional, por lo que la política no impactó en el número de competidores en el mercado de cereales.

⁸ La Figura 6 muestra la diferencia en precios relativos entre productos con y sin sellos de advertencia, antes y después de la regulación. Los intervalos verticales representan intervalos de confianza de 95%. Los resultados provienen de una regresión que cuenta con 68 productos que están disponibles tanto antes como después de la implementación de la política, de los cuales 41 tienen sellos de advertencia y 27 no.

VI. APRENDIZAJES PARA EL FUTURO

Tomando en cuenta todos estos elementos, desarrollamos y estimamos un modelo de oferta y demanda por nutrientes, donde las firmas escogen el precio y la composición nutricional de sus productos. En tanto, los consumidores escogen productos de acuerdo con sus propias preferencias y su percepción sobre el contenido nutricional de los productos. El modelo nos permite aprender más sobre el diseño de la política y compararla con políticas alternativas (p. ej., implementar **impuestos específicos a productos con altos niveles de nutrientes críticos**).

El modelo nos permite llegar a tres importantes conclusiones: Primero, las políticas de etiquetados son más efectivas cuando los sellos entregan información valiosa a los consumidores. Segundo, la reformulación de productos es más importante en categorías donde reformular es más fácil (es decir, categorías en donde existen alternativas al azúcar a bajo costo y que permiten mantener el sabor y textura del producto constante). Tercero, las firmas responden cambiando los precios, lo que puede generar un aumento en el precio de alimentos sin sellos de advertencias (bajos en nutrientes críticos). Esto puede ser de especial relevancia **cuando los mercados no son lo suficientemente competitivos**.

Finalmente, usamos el modelo para comparar la efectividad de una regulación enfocada en adherir sellos de advertencias a los productos versus una enfocada en gravar impuestos al azúcar (o nutrientes críticos para la salud en general). Encontramos que, comparado con una política enfocada en un alza de impuestos, los sellos de advertencia tienen ventajas y desventajas.

Por un lado, **una política de sellos de advertencia tiene el potencial de ser menos regresiva que los impuestos al azúcar**, particularmente si las personas de menores ingresos prefieren productos con más azúcar. Por otro lado, los impuestos funcionan mejor cuando queremos corregir otras [fallas de mercado](#) no relacionadas con problemas de información (p. ej., la adicción al azúcar, problemas de auto control o externalidades fiscales al sistema de salud).

Nuestros resultados indican que una política óptima debe combinar la regulación de sellos de advertencia con alzas de impuestos al azúcar o productos con altos componentes de nutrientes críticos. Los sellos son un buen instrumento para productos como cereales o yogurts, mientras que otros productos, como los chocolates o galletas, en donde los consumidores conocen de antemano que los productos tienen altos contenidos de azúcar, el impuesto al azúcar podría funcionar mejor. Finalmente, es importante señalar que ambas herramientas políticas y/o regulatorias se pueden complementar con campañas de información, regulaciones sobre el uso de góndolas en supermercados, o educación nutricional a nivel escolar.

VII. OTROS ESTUDIOS RELACIONADOS

Nuestro trabajo se suma a otras investigaciones que fueron realizadas en paralelo a nuestro estudio, y que evalúan los efectos de la ley de etiquetados de alimentos implementada en Chile. [Taillie et al. \(2020\)](#) compara las ventas de bebestibles, con y sin azúcar, antes y después de la reforma. Encuentran que existe una importante baja en la venta de productos con sellos de advertencia relativo a aquellos sin sellos. Por su parte, [Araya et al. \(2022\)](#) estiman los efectos de los sellos de advertencia en la demanda por productos correspondientes a distintas categorías explotando la entrada paulatina de los sellos en diferentes supermercados. En este trabajo, encuentran que los sellos disminuyen las probabilidades de comprar cereales, pero no se observa este efecto negativo en la compra de chocolates y galletas. Estos resultados son consistentes con nuestras conclusiones, **los sellos son más efectivos cuando proveen a los consumidores información nueva**.

Otros dos estudios recientes se centran en los efectos de la ley de etiquetado en el lado de la oferta y en la categoría de cereales. [Pachali et al. \(2022\)](#) estudia cómo los precios se ajustaron una vez que se introducen los sellos de advertencia, y concluyen que los precios de productos con sellos de advertencia aumentan debido a la diferenciación de producto. [Alé-Chilet y Moshary \(2022\)](#) estudian la reformulación de productos y muestran que, una vez implementada la política, **las firmas cambian el contenido nutricional de sus productos para posicionarse justo por debajo del umbral que determina la obligatoriedad del sello de advertencia**. Al igual que nosotros, concluyen que la reformulación del contenido nutricional de los productos aumentó los beneficios que la política generó en los consumidores.

VIII. LIMITACIONES DEL ESTUDIO

Una limitación importante del estudio es que no observamos las compras cuando se implementan las etapas 2 y 3 de las políticas, es decir, cuándo los límites se hacen más exigentes. Nuestra información solo cubre la primera etapa. Gran parte de los efectos que encontramos se explican **por la posibilidad que tienen los consumidores de sustituir productos con sellos hacia productos sin sellos dentro de una misma categoría**. Nuestros resultados sugieren que **la efectividad de la ley hubiese sido menor en caso de que dicha sustitución no fuese posible cuando todos los productos dentro de una categoría reciben sellos**.

Nuestro estudio tampoco explora si los sellos binarios son necesariamente superiores (en términos de efectividad de disuasión), a sistemas de sellos tipo semáforo. Los sellos de semáforo tienen el potencial de transmitir más información a los consumidores, pero también pueden ser más confusos, y, por ende, menos efectivos. Futuras investigaciones pueden comparar la efectividad de este tipo de sellos en contraposición con los sellos binarios, pero es complejo dada las dificultades de encontrar países con similares conductas de compra entre consumidores.

REFERENCIAS

- Alé-Chilet, J., Moshary, S., (2022). Beyond Consumer Switching: Supply Responses to Food Packaging and Advertising Regulations. *Marketing Science* 41 (2), 243–270.
- Araya, S., Elberg, A., Noton, C. & Schwartz, D. (2022) Identifying Food Labeling Effects on Consumer Behavior. *Marketing Science* 41 (5), 982–1003.
- Barahona, N., Otero, C. & Otero, S. (2023a) Equilibrium Effects of Food Labeling Policies, *Econometrica*, 91(3), May 2023, 839–868
- Barahona, N., Otero, C. & Otero, S. (2023b) On the Design of Food Labeling Policies, Working Paper
- Pachali, M. J., Kotschedoff, M. J. W., van Lin, A., Bronnenberg, B. J., & van Herpen, E. (2023). How Do Nutritional Warning Labels Affect Prices? *Journal of Marketing Research*, 60(1), 92–109.
- Taillie LS, Reyes M, Colchero MA, Popkin B, Corvalán C. (2020). An evaluation of Chile’s Law of Food Labeling and Advertising on sugar-sweetened beverage purchases from 2015 to 2017: A before-and-after study. *PLoS Med.* 2020 Feb 11;17(2):e1003015.



Este documento se encuentra sujeto a los términos y condiciones de uso disponibles en nuestro sitio web:
<http://www.centrocompetencia.com/terminos-y-condiciones/>

Cómo citar este artículo:

Nano Barahona, Cristóbal Otero, Sebastián Otero "Efectos de la Ley de Etiquetados en la Demanda y Oferta de Productos", *Investigaciones CeCo* (septiembre, 2023),
<http://www.centrocompetencia.com/category/investigaciones>

Envíanos tus comentarios y sugerencias a info@centrocompetencia.com
CentroCompetencia UAI – Av. Presidente Errázuriz 3485, Las Condes, Santiago de Chile