

Actitud hacia el etiquetado en productos genéticamente modificados en la población urbana de México

Attitude towards the Labeling of Genetically Modified Products in the Urban Population of Mexico

Tagged sob atitude em relação a produtos geneticamente modificados da população urbana do México

Osva A. Montesinos-López

Facultad de Telemática, Universidad de Colima, México

oamontes2@hotmail.com

Emeterio Franco-Pérez

Escuela de Mercadotecnia, Universidad de Colima, México

francoperez@ucol.mx

Sofía Ramos-Pulido

Departamento de Matemáticas, Universidad de Guadalajara, México

sofi_rp1988@hotmail.com

Ignacio Luna-Espinoza

Universidad de Istmo-Campus Ixtepec, México

venus_luna77@hotmail.com

Flavio Aragón-Cuevas

Instituto Nacional de Investigación Forestal, Agrícola y Ganadera (INIFAP). Centro Regional de Investigación del Pacífico Sur, México

aragon.flavio@inifap.gob.mx

Autor para correspondencia: Emeterio Franco Pérez: Escuela de Mercadotecnia
Universidad de Colima. Av. Universidad 333, Col. Las Víboras, C.P. 28040, Colima,
México. Email: francoperez@ucol.mx Teléfono celular 3121141265

Número 12. Julio - Diciembre 2017

Resumen

Nuestro objetivo fue estudiar las actitudes de la población urbana mexicana con respecto al etiquetado de los productos transgénicos mediante el análisis transversal de una muestra probabilística de 14 mil 720 personas entre 18 y 65 años de edad. Sus actitudes hacia el etiquetado de productos (GM) fueron estudiadas y analizadas con un instrumento de 4 ítems binarios. Entre los resultados se encontró que 63.25 % de la muestra tiene el hábito de leer las etiquetas de los productos que consume; 93.69 % consideró que la publicidad debe informar al consumidor final sobre el contenido; 93.59 % sugirió que los alimentos GM deben mostrar la información en la etiqueta y 93.23 % consideró que el gobierno mexicano debe legislar para regular el etiquetado de los productos. En conclusión, más de la mitad de los encuestados leyó la información que viene en las etiquetas de los productos que consume. Además, estuvo de acuerdo en que los productos elaborados con plantas y animales genéticamente modificados muestren en su etiquetado la información correspondiente para que el ciudadano pueda elegir si los consume o no.

Palabras clave: actitudes, etiquetado, productos genéticamente modificados, población urbana mexicana.

Abstract

The Objective was to study the attitudes of the Mexican urban population on the labeling of transgenic products. **Materials and methods** a cross-sectional study was conducted in the Mexican urban population with a probabilistic sample of 14,720 people between the ages of 18 and 65 years. The attitudes towards labeling of genetically modified products (GM) were studied and analyzed using a 4-item binary instrument. **As results** we found that 63.25% of the surveyed people has a habit of reading the labels of the products they consume, 93.69% considered that it is required to report the content of the product in the advertisement, 93.59% considered that GM foods should display the information on the label and 93.23% considered that the Mexican government should legislate to regulate the labeling of products. **As conclusions** more than half of the respondents read the information on the labels of the products they consume. In addition, they agree that products made with GM products should show in their labeling the corresponding information so that the citizen can choose whether to consume them or not.

Key words: attitude, labeling, genetically modified products, Mexican urban population.

Resumo

O objetivo foi estudar as atitudes de população urbana mexicana sobre a rotulagem de produtos geneticamente modificados. **Materiais e Métodos** Um estudo transversal foi realizado na população urbana mexicano com uma amostra de probabilidade de 14 mil 720 pessoas entre os 18 e os 65 anos. Eles foram estudadas e analisadas atitudes em relação à rotulagem de produtos (GM) com uma ferramenta 4 itens binários. Os resultados revelaram que 63,25% da amostra tem o hábito de ler os rótulos dos produtos que consomem; 93,69% consideraram que a publicidade deve informar o consumidor final sobre o conteúdo; 93,59% sugeriu que os alimentos geneticamente modificados deve exibir as informações no rótulo e 93,23% sentiram que o governo mexicano deve legislar para regular a rotulagem dos produtos. Em conclusão, mais da metade dos entrevistados ler a informação que vem

nos rótulos dos produtos que consomem. Além disso, ele concordou que os produtos feitos com plantas e animais geneticamente modificados em seus rótulos mostram a informação relevante para que os cidadãos podem escolher se deseja consumir ou não.

Palavras-chave: Atitudes, rotulagem de produtos geneticamente modificados, a população urbana mexicana.