



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN MARKETING**

TEMA

**“ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR FRENTE A LA
NORMA TÉCNICA DEL ETIQUETADO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS QUE
CONTIENEN COMPONENTES TRANSGÉNICOS EN LA CIUDAD DE QUITO”**

AUTORA

KAREN SOFÍA ARBOLEDA SALINAS

DIRECTOR

LCDO. FRANCISCO JARA PADILLA, MS.

QUITO – ECUADOR

DICIEMBRE, 2015



AGRADECIMIENTO

A la Universidad Tecnológica Equinoccial, por brindarme la oportunidad de estudiar y prepararme profesionalmente.

Hoy y siempre agradeceré principalmente a las personas más importantes en mi vida, mis padres, por su tan incondicional apoyo, esfuerzo y cariño presentes en todos y cada uno de los momentos más importantes de mi vida, y más aún en mis duros años de carrera profesional; en especial, quiero expresar mi más grande agradecimiento a mi padre por su constante apoyo, cariño, magia, enseñanzas diarias y por ser una guía importante durante la elaboración del presente Trabajo de Titulación.

A mis queridas hermanas, Diana y Andrea, por siempre estar pendientes de mí, por sus cuidados, consejos y cariño incondicional.

A mi abuela Elba Naranjo, por siempre apoyarme en todos mis proyectos tanto personales como profesionales, y por su gran cariño y preocupación hacia mí en todo momento.

Quiero también mencionar mis agradecimientos al licenciado Francisco Jara Padilla, Ms., por su disponibilidad, seguimiento y ayuda impartida en el transcurso de la elaboración del presente Trabajo de Titulación, y por todas las enseñanzas y conocimientos que logré adquirir gracias a él a lo largo de mi carrera.

A mi gran compañero y amigo, Gabriel Sánchez, por su incondicional amistad, por su ayuda y apoyo durante la carrera, y por todos sus consejos durante la elaboración del presente Trabajo de Titulación.

A todos mis amigos, compañeros, familiares y profesores, quienes me apoyaron, acompañaron y alentaron en los buenos y malos momentos a lo largo de la carrera.



DEDICATORIA

Con mucho cariño, este esfuerzo lo dedico a mi amada familia por ser mi principal fuente de apoyo constante e incondicional en toda mi vida, a mi madre por ser el pilar más importante, por demostrarme siempre su preocupación, cariño y apoyo en todo momento. A mi padre, por su esfuerzo y por darme una carrera para mi futuro, por preocuparse siempre por el bienestar de todas nosotras.

A mis hermanas y mejores amigas, Diana y Andrea, por estar siempre junto a mí brindándome su apoyo y cariño cuando más lo necesito, por ser ejemplos a seguir.

A mis queridas abuelas Luz Marina y abuelita Elbita, por su cariño y por siempre estar pendientes de mí y de mis logros personales y profesionales.

A mi pequeña sobrina Paz Luciana, quien con su llegada ha cambiado nuestras vidas llenándonos de alegría.

A mi angelito de cuatro patas, quien fue el mejor compañero en todo momento de mi vida.

A todos mis familiares, quienes ya no están presentes pero siempre los llevo en mis recuerdos y en mi corazón.

RESPONSABILIDAD

Del contenido total del presente documento me hago responsable.



A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Karen', written over a horizontal line.

Karen Sofía Arboleda Salinas

C. C. 1720358991

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente Trabajo de Titulación, ha sido desarrollado íntegramente por la señorita Karen Sofía Arboleda Salinas bajo mi dirección.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Francisco', written over a horizontal line.

Lcdo. Francisco Jara Padilla, Ms.

DIRECTOR

ÍNDICE DE CONTENIDO



CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

1.1.	Tema.....	1
1.2.	Planteamiento del problema.....	1
1.3.	Formulación del problema.....	2
1.4.	Sistematización del problema.....	3
1.5.	Objetivo general.....	3
1.6.	Objetivos específicos.....	3
1.7.	Delimitación.....	4
1.8.	Justificación.....	4
1.9.	Marco referencial.....	5
1.9.1.	Marco teórico.....	5
1.9.1.1.	Antecedentes generales sobre la producción, distribución y consumo de los alimentos que contienen organismos modificados genéticamente.....	5
1.9.1.2.	Ventajas de los organismos modificados genéticamente.....	8
1.9.1.3.	Desventajas de los organismos modificados genéticamente.....	8
1.9.1.4.	Situación actual de los alimentos transgénicos en el mundo.....	9
1.9.1.5.	El caso de los alimentos transgénicos en el Ecuador.....	13
1.9.1.6.	Etiquetado de alimentos y bebidas, su función e importancia.....	15
1.9.1.7.	Principales funciones que cumple el etiquetado.....	16
1.9.1.8.	Tipos de etiquetas.....	17
1.9.1.9.	Normativa de etiquetado para productos que contienen componentes transgénicos en Ecuador.....	18
1.9.1.10.	Marco legal del etiquetado de productos transgénicos en Ecuador.....	20
1.9.1.11.	Norma Técnica de Rotulado de Productos Alimenticios para Consumo Humano NTE INEN 1334-2011.....	20
1.9.1.12.	Reglamento sanitario de etiquetado de alimentos procesados para el consumo humano.....	21
1.9.1.13.	Ley orgánica de la salud.....	22
1.9.1.14.	Comportamiento del consumidor.....	22
1.9.1.15.	Comportamiento del consumidor relacionado a los alimentos transgénicos y su etiquetado.....	24
1.9.1.16.	Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.....	25

CAPÍTULO 2

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

2.1.	Tipo de investigación	27
2.2.	Fuentes de información	27
2.3.	Métodos de investigación.....	27
2.4.	Población a investigar	28
2.5.	Muestra.....	28
2.5.1.	Tipo de muestreo.....	29
2.6.	Técnica de recolección de datos.....	29
2.7.	Instrumento para la recopilación de información.....	29
2.8.	Tabulación de resultados.....	30
2.9.	Informe de resultados	30



CAPÍTULO 3

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.	Presentación y análisis de resultados.....	31
3.1.1.	Pregunta 1.- ¿Conoce usted acerca de los alimentos transgénicos?	31
3.1.2.	Pregunta 2.- Si en un producto consta la palabra “transgénico” le induce a pensar.....	32
3.1.3.	Pregunta 3.- ¿Qué tan importante es para usted que en la etiqueta del producto indique si contiene transgénicos o no?	33
3.1.4.	Pregunta 4.- ¿Cree que los alimentos transgénicos producen algún daño en el organismo?	34
3.1.5.	Pregunta 5.- ¿Conoce usted acerca de la nueva normativa de etiquetado que deben tener los productos que contienen componentes transgénicos en el Ecuador?.....	35
3.1.6.	Pregunta 6.- ¿Usted ha dejado de consumir algún producto a partir del nuevo etiquetado en donde indica que contiene componentes transgénicos?	36
3.1.7.	Pregunta 7.- ¿Conoce usted los beneficios de los alimentos transgénicos?	37
3.1.8.	Pregunta 8.- ¿Conoce usted las desventajas de los alimentos transgénicos?.....	38
3.1.9.	Pregunta 9.- ¿Está de acuerdo con que los alimentos deben ser modificados genéticamente para obtener características precisas?.....	39
3.1.10.	Pregunta 10.- ¿Cree que los alimentos transgénicos tienen alguna consecuencia o efectos?.....	40
3.1.11.	Pregunta 11.- ¿Cuál de estas consecuencias cree usted que los alimentos transgénicos producen en nuestra vida?	41
3.1.12.	Pregunta 12.- ¿Acostumbra a leer la información de las etiquetas y envases?.....	42

3.1.13.	Pregunta 13.- ¿Influye la información del envase o etiqueta de los productos que compra?	43
3.1.14.	Pregunta 14.- Al momento de escoger un producto ¿qué importancia le da a los siguientes aspectos?.....	44
3.1.14.1.	Diseño y presentación del envase o empaque	44
3.1.14.2.	Tabla nutricional	45
3.1.14.3.	Precio.....	46
3.1.14.4.	Marca.....	47
3.1.14.5.	Indicaciones de uso y/o preparación	48
3.1.14.6.	Imagen de la etiqueta.....	49
3.1.14.7.	Ingredientes/componentes	50
3.1.14.8.	Fecha de caducidad	51
3.1.15.	Pregunta 15.- ¿En qué clase de alimentos cuando compra influye más el etiquetado?.....	52
3.1.16.	Pregunta 16.- ¿Le gustaría tener mayor información sobre los alimentos transgénicos?.....	53
3.1.17.	Pregunta 17.- ¿A través de qué medio le gustaría obtener esta información?.....	54



CAPÍTULO 4

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1.	Conclusiones	55
4.2.	Recomendaciones.....	58

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	61
---	----

ANEXOS	65
---------------------	----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1. Producción de cultivos transgénicos en los seis países principales..... 11



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 3.1.	Conocimiento de los alimentos transgénicos	31
Tabla 3.2.	Características que se asocian con la palabra transgénico	32
Tabla 3.3.	Importancia de la indicación del contenido de transgénicos en la etiqueta del producto.....	33
Tabla 3.4.	Criterio de los alimentos transgénicos acerca del daño en el organismo	34
Tabla 3.5.	Conocimiento acerca de la nueva normativa de etiquetado de los productos que contienen componentes transgénicos	35
Tabla 3.6.	Suspensión de consumo de productos a partir del nuevo etiquetado	36
Tabla 3.7.	Conocimiento de los beneficios de los alimentos transgénicos.....	37
Tabla 3.8.	Conocimiento de las desventajas de los alimentos transgénicos.....	38
Tabla 3.9.	Opinión sobre la modificación genética de los alimentos	39
Tabla 3.10.	Opinión sobre las consecuencias o efectos de los alimentos transgénicos.....	40
Tabla 3.11.	Consecuencias de los alimentos transgénicos en nuestra vida	41
Tabla 3.12.	Lectura de información de las etiquetas y envases.....	42
Tabla 3.13.	Influencia de la información del envase o etiqueta	43
Tabla 3.14.	Importancia del diseño y presentación del envase o empaque	44
Tabla 3.15.	Importancia de la tabla nutricional.....	45
Tabla 3.16.	Importancia del precio.....	46
Tabla 3.17.	Importancia de la marca	47
Tabla 3.18.	Importancia del uso y/o preparación	48
Tabla 3.19.	Importancia de la imagen de la etiqueta.....	49
Tabla 3.20.	Importancia de los ingredientes/componentes	50
Tabla 3.21.	Importancia de la fecha de caducidad	51
Tabla 3.22.	Alimentos que influyen su etiquetado en el momento de compra.....	52
Tabla 3.23.	Mayor información sobre los alimentos transgénicos.....	53
Tabla 3.24.	Medios de información.....	54



CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN



1.1. Tema

Estudio del comportamiento del consumidor frente a la norma técnica del etiquetado de alimentos y bebidas que contienen componentes transgénicos en la ciudad de Quito.

1.2. Planteamiento del problema

Los alimentos transgénicos según Herrera y Gómez (2011), son “aquellos alimentos obtenidos de un organismo al cual se le han incorporado genes de otro para producir una característica deseada” (p. 1).

En el Ecuador, la preocupación por la presencia de esta clase de productos, ha aumentado en los últimos años, acompañada de la información general de que podrían estar ingresando al país sin que los consumidores tengan mayor conocimiento sobre sus implicaciones, ya que los alimentos procedentes de otros países no tendrían en sus etiquetas información que identifique si el producto contiene o no componentes transgénicos.

En la actualidad existe una gran controversia y una nueva discusión entre el sector empresarial y las autoridades del país por el tema de las regulaciones del etiquetado de los productos transgénicos que se consumen en el Ecuador.

La Superintendencia de Control de Poder del Mercado emitió una resolución en donde se obliga a colocar en el producto la leyenda: “contiene transgénicos” o “no contiene transgénicos”, y tratándose de un asunto de salud pública y de transparencia de mercado es responsabilidad de los empresarios y productores informar si un producto determinado contiene o no componentes transgénicos, por ello los empresarios se encuentran con una situación compleja ya que se enfrentan a nuevos reglamentos y leyes de este nuevo etiquetado que deben cumplir.

Uno de los principales problemas radica en el desconocimiento de la ciudadanía en cuanto al consumo de estos alimentos, las personas no están al tanto acerca de las causas y efectos, ventajas y desventajas que conllevaría estos tipos de componentes, por ende los consumidores por temor o falta de información empezarán a dudar al momento de elegir determinados productos. Si las autoridades y empresarios no informan adecuadamente a la ciudadanía acerca de los componentes de los productos, se verán afectados tanto los empresarios como los consumidores al no poder adquirir los productos con el suficiente conocimiento de esta regla, ya que al ser un tema nuevo afectará a la decisión de compra.



También, al parecer, el problema sería que el Ecuador no tiene la capacidad técnica suficiente para determinar cuáles son los alimentos transgénicos y cuáles no, por ello podría ocurrir un engaño en la compra o intercambio de productos.

Con el objetivo de determinar el comportamiento de los consumidores frente al nuevo etiquetado de los productos que contienen componentes transgénicos en la ciudad de Quito, se plantea la necesidad de realizar un estudio investigativo, a fin de determinar el nivel de conocimiento y otros factores sobre la normativa mencionada anteriormente.

1.3. Formulación del problema

Con los antecedentes expuestos hasta el momento, cabe precisar de qué manera los consumidores de los productos transgénicos, ya sea en forma consciente o inconsciente, reportan alguna preocupación que pueda representar un problema tanto para los productores, distribuidores, fabricantes, así como para los mismos compradores, y, por tanto, entorpecer los procesos normales cotidianos en las relaciones de producción y consumo; entonces, cabe formular la siguiente pregunta:

¿Cuál es el comportamiento de los consumidores de la ciudad de Quito frente al nuevo etiquetado de productos que contienen componentes transgénicos?

1.4. Sistematización del problema

Para resolver este problema es necesario a su vez descomponerlo en las siguientes preguntas:

- ¿Qué opinan los consumidores sobre los alimentos transgénicos?
- ¿Cuál es el conocimiento que tienen los consumidores frente al etiquetado de los productos transgénicos?
- ¿Cuál es el criterio de los consumidores frente al nuevo etiquetado de los productos que contienen componentes transgénicos?
- ¿Qué nivel de importancia se da en el comportamiento de los consumidores frente al nuevo etiquetado de los productos?
- ¿Cuál es el impacto que genera en el comportamiento del consumidor el nuevo etiquetado de los productos que contienen transgénicos?
- ¿Cómo va influir el nuevo etiquetado en la decisión de compra de los consumidores?
- ¿Cómo cambiarán las preferencias de los consumidores frente a los productos que contienen componentes transgénicos?



1.5. Objetivo general

Determinar el comportamiento de los consumidores frente al nuevo etiquetado de productos que contienen componentes transgénicos en la ciudad de Quito.

1.6. Objetivos específicos

- Analizar el criterio y conocimiento de los consumidores frente a los alimentos transgénicos.
- Establecer el nivel de importancia que genera el nuevo etiquetado de los productos en el comportamiento de los consumidores.
- Establecer el impacto que se genera en el comportamiento de consumidor frente al nuevo etiquetado de los productos que contienen transgénicos.
- Definir cómo va influir el nuevo etiquetado en la decisión de compra de los consumidores.

- Determinar los cambios en las preferencias de los consumidores frente a los productos que contienen componentes transgénicos.

1.7. Delimitación

La delimitación teórica se basa en el estudio acerca del comportamiento del consumidor e investigación de mercado, que serán las herramientas básicas para desarrollar este trabajo de titulación. El estudio se desarrolla en el norte del Distrito Metropolitano de Quito, y es dirigido a los consumidores en hogares de nivel socioeconómico medio típico. El período en el que se realiza dicho estudio es desde agosto 2015 hasta diciembre 2015.

1.8. Justificación

Al ser un tema complejo, de interés y controversia entre consumidores, importadores, productores y empresarios del Distrito Metropolitano de Quito, este estudio aporta teóricamente con conocimientos e información actualizada sobre el comportamiento del consumidor frente a este problema, a las empresas tanto públicas como privadas, fabricantes, medios de comunicación y opinión pública en general, sobre las causas y efectos, también acerca de las ventajas y desventajas que presentan esta clase de productos, junto a sus vigentes normativas y regulaciones.





1.9. Marco referencial

1.9.1. Marco teórico

1.9.1.1. Antecedentes generales sobre la producción, distribución y consumo de los alimentos que contienen organismos modificados genéticamente

El gran avance de la tecnología en las últimas décadas ha permitido que la ciencia evolucione rápidamente, logrando realizar nuevas creaciones, perjudicando en algunos casos y beneficiando en otros al ser humano, como es el caso de los alimentos transgénicos. Una de las ciencias que ha evolucionado es la ingeniería genética la misma que, como menciona Correa (2015), “ha ido aportando con sus avances tecnológicos y científicos a distintas áreas, como la farmacéutica, el sector agropecuario y el sector alimentario entre otros” (párr. 1).

Es por ello que es importante mencionar que con el desarrollo de los alimentos manipulados genéticamente se ha logrado características hasta entonces inexistentes como la resistencia a plagas, herbicidas, temperaturas adversas, etc. Estos alimentos conocidos como transgénicos se obtienen a partir del entrecruzamiento de genes de distintas especies, lo que ha desarrollado controversia a nivel mundial (Correa, párr.2).

Es decir, los alimentos transgénicos son organismos cuyo material genético ha sido modificado de una manera que no acaece en el apareamiento o recombinación natural, por la introducción de genes de otras especies. La ventaja de la ingeniería genética es que permite alterar los genes sin depender de los procesos naturales de reproducción (Correa, párr.22).

Están elaborados con materias primas vegetales o animales genéticamente modificadas y puede hacerse de dos maneras: introduciendo un gen de otra especie por medio de la ingeniería genética o cambiando la expresión de genes propios sin introducir ADN de otra especie (Correa, párr. 23).

Los alimentos transgénicos u organismos modificados genéticamente han sido consumidos desde hace varias décadas a nivel mundial en varios tipos de productos como alimenticios, farmacéuticos, de limpieza entre otros. El consumo de estos alimentos se ha descuidado sin darle mayor importancia, pero en el caso de Ecuador, debido al nuevo reglamento de etiquetado para alimentos y bebidas que contienen componentes transgénicos, emitido por algunas entidades públicas, se ha convertido en un tema de gran polémica y preocupación tanto para los consumidores como para los empresarios. Según el Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad - MCPEC (2014), “el Reglamento entró en vigencia el 29 de noviembre de 2013 y tuvo el objetivo de informar de forma clara sobre el contenido nutricional de los alimentos, de modo que la ciudadanía pueda escoger el producto que prefiera” (párr. 4).



Esta nueva normativa tiene como objetivo principal proteger al consumidor, lo cual es positivo ya que la introducción de estos alimentos debe ser considerada de responsabilidad nacional e internacional. Previo a tratar la normativa y las leyes que rigen actualmente en Ecuador sobre el etiquetado, se procederá a continuación a detallar las definiciones y los antecedentes de los alimentos que contienen componentes transgénicos.

Herrera (2009), menciona que “‘transgénico’, proviene de ‘trans’ (cruzar de un lugar a otro) y ‘génico’ (referido a los genes), es decir, es todo aquel organismo que tiene incorporado un gen extraño” (párr. 9), por ello se consideran organismos totalmente nuevos creados en laboratorios.

Los transgénicos han surgido como una necesidad de crear cultivos que resistan a las plagas, o a los tratamientos con pesticidas, para acelerar la maduración o todo lo contrario, para que las frutas y las verduras aguanten más tiempo sin estropearse (López y Reverte, 2011, p. 130).

En la actualidad, muchos productores se han visto obligados a realizar estos tipos de modificaciones a los alimentos debido a diferentes motivos como el clima, el tipo de terreno, aparición de plagas y sobre todo por el alto nivel de demanda alimenticia que existe a nivel mundial.

A los alimentos transgénicos también se los conoce como OMG (Organismos Modificados Genéticamente), Greenpeace (2012) menciona que “es un organismo vivo que ha sido creado artificialmente manipulando sus genes. La manipulación genética consiste en aislar segmentos del ADN (el material genético) de un ser vivo (virus, bacteria, vegetal, animal e incluso humano) para introducirlos en el de otro” (párr. 1).



Los cultivos transgénicos se diferencian de los cultivos tradicionales debido a su método de producción. Los primeros se conciben en un laboratorio, mientras que los segundos en la naturaleza. Este procedimiento, que lleva a cabo la ingeniería genética, se puede hacer entre plantas de igual especie, entre especies no relacionadas o incluso trasladando genes de una planta a un animal y viceversa (López, 2012, p. 18).

Estas modificaciones se han realizado desde hace varias décadas con el fin de obtener mejores productos mediante la eliminación o la agregación de alguna característica. En este contexto se desarrollan los alimentos transgénicos (organismos modificados genéticamente, OMG), promovidos para coadyuvar en la lucha contra el hambre y la desnutrición. Los alimentos transgénicos, producidos mediante la ingeniería genética, forman parte de nuestra alimentación diaria. Alrededor de 14 millones de agricultores de 25 países producen y comercializan cultivos transgénicos (Herrera, Gómez, p. 1).

Estos alimentos aparecen a partir del 18 de mayo de 1994, cuando la FDA¹ de los Estados Unidos autorizó la comercialización del primer alimento con un gen extraño. El primer OGM que fue producido masivamente fue el tomate FlavrSvr, el mismo que sus principales ventajas fueron tener una capa un poco más dura, y al momento de su recolección se dañaba menos, este producto duró en el mercado más de 2 años en EE. UU., a pesar de que después se lo retiró del mercado; esto sucedió en el año 93, pero 10 años antes de eso, ya existían los experimentos sobre plantas transgénicas (Mogollán, Ordoñez y Robayo, 2014, párr. 6).

¹ Food and Drug Administration: Agencia de Alimentos y Medicamentos, es la agencia de los Estados Unidos responsable de la regulación de alimentos.

A partir de ese año, las empresas a nivel mundial empezaron a modificar los productos y comercializarlos con el objetivo principal de que tengan más vida y resistan a diversas condiciones ambientales y a otros factores, sin que los consumidores estén al tanto de este tema. Estas modificaciones, según investigaciones a lo largo del tiempo, han presentado aspectos tanto positivos como negativos, pero el consumidor no ha tenido ningún conocimiento sobre las mismas. De igual manera desde hace décadas Ecuador es parte de esta comercialización, ya que ha dependido en un gran porcentaje de las importaciones de los países que son partícipes de estas modificaciones en los productos.



1.9.1.2. Ventajas de los organismos modificados genéticamente

Los organismos genéticamente modificados poseen una gran cantidad de ventajas, ayudando así en las diferentes áreas en las que son empleados, una de las principales ventajas para el consumidor es la producción de nuevos alimentos, en el cual se debe hacer con anterioridad una evaluación de riesgos para la salud humana tomando en cuenta los siguientes aspectos: identificación del peligro (agente nocivo), caracterización del peligro (naturaleza del efecto adverso) y la evaluación de la exposición (ingestión/exposición); y la posibilidad de incorporar características nutricionales distintas en los alimentos (Noboa, 2010, p. 4).

Según menciona Sánchez (2008), “uno de los puntos más importantes en la construcción de transgénicos es el aumento de productividad y producción, es decir, el aumento de calidad y cantidad del producto final” (p. 21).

1.9.1.3. Desventajas de los organismos modificados genéticamente

A pesar de los factores positivos con los que cuentan estos organismos, también presentan los siguientes riesgos que se describen a continuación.

Como menciona Noboa “afecta principalmente en la agricultura, influyendo en la contaminación del suelo; y en la pérdida de biodiversidad” (p. 5).

El medio ambiente con el ingreso de nuevos productos químicos puede transformar a un cultivo tradicional en maleza. Casi todas las malezas se han originado cuando se introduce una planta a un país o a un ambiente distinto. Si una planta tiene genes distintos a su naturaleza, puede transformarse fácilmente en maleza (Noboa, p. 6).

En la salud humana, dada la falta de estudios extensivos y regulares sobre los posibles efectos negativos para la salud humana, se podría caer en una subestimación de las consecuencias que los organismos genéticamente modificados podrían causar sobre el hombre y otros animales, especialmente cuando los mismos (como la soja, el maíz, etc.) entran en la cadena alimenticia. Hasta el momento el único riesgo cierto y probado sería el de posibles efectos alergénicos. (Correa, párr. 46).



1.9.1.4. Situación actual de los alimentos transgénicos en el mundo

Como se mencionó anteriormente, gracias al rápido avance de la biotecnología, a partir de 1994 empezó la era de los ya mencionados alimentos transgénicos para el consumo humano, desde entonces como menciona Correa “las semillas para el cultivo de alimentos transgénicos son desarrolladas, producidas y comercializadas por empresas multinacionales, entre ellas se destacan Dupont, Monsanto, Novartis, Aventis y Limagrain” (párr. 31).

Las empresas mencionadas anteriormente son algunas transnacionales, las mismas que son las encargadas de regular y comercializar las patentes de las principales semillas de los alimentos transgénicos como el trigo, el maíz y la soja.

Según lo indica un reporte de la FAO², Argentina, Brasil, China, Estados Unidos e India son los países con mayor producción de cultivos transgénicos, mientras que Argentina, Canadá y Estados Unidos son los principales exportadores de alimentos transgénicos. Cabe indicar que todos los alimentos detectados como transgénicos en el comercio internacional fueron catalogados con bajos niveles de alteraciones genéticas. Sin embargo, se debe puntualizar que no existe una homologación sobre la definición de “bajos niveles” en cuanto a los alimentos

² FAO: Food and Agriculture Organization (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación). Es el principal organismo de las Naciones Unidas encargado de dirigir las actividades internacionales de lucha contra el hambre.

transgénicos, ya que esto depende de la política interna de cada país (Ministerio de Comercio Exterior, 2014, p. 19).

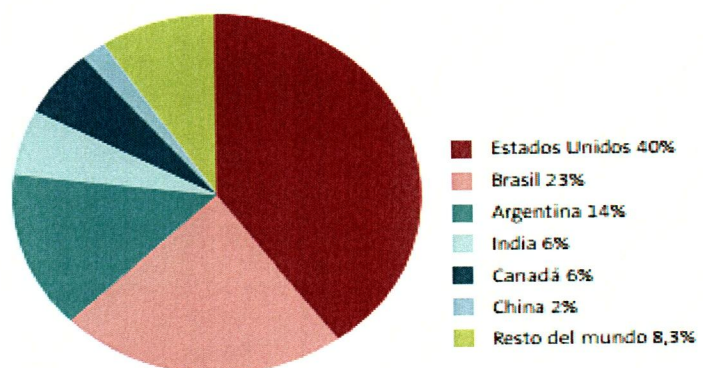
Desde 1996 se han aprobado y comercializado más de 10 cultivos transgénicos alimentarios y de fibra en todo el mundo. Estos cultivos comprenden desde los principales productos básicos como el maíz, la soja y el algodón, hasta frutas y verduras como la papaya, la berenjena y la calabaza. Las características de dichos cultivos resuelven problemas comunes que afectan los beneficios de los cultivos para los consumidores y los niveles de producción para los agricultores; incluyen tolerancia a la sequía, resistencia a los insectos y a enfermedades, tolerancia a los herbicidas y mayor nutrición y calidad de los alimentos. Los cultivos transgénicos contribuyen a crear sistemas de cultivo más sostenibles y ofrecen respuestas que resisten los desafíos del cambio climático (ISAA³, 2015, p. 1).



El hombre tuvo la necesidad de producir cada vez más los cultivos transgénicos alimentarios, el objetivo perseguido era buscar nuevas maneras de incrementar la productividad al tiempo que se reducían los costos. Los primeros agricultores seleccionaban los cultivos más fuertes, más resistentes a enfermedades, o más rendidores, conservando la mejor semilla de la mejor planta para el año siguiente (Correa, párr. 26).

³ ISAA: International Service for the Acquisition of Agri-biotech Applications (Servicio Internacional de Adquisición de Aplicaciones de Agrobiotecnología).

Figura 1.1. Producción de cultivos transgénicos en los seis países principales



Fuente: Amigos de la tierra internacional. (2014.) *¿Quién se beneficia con los cultivos transgénicos?* Recuperado de: http://www.foeurope.org/sites/default/files/publications/foei_who_benefits_exec_summ_esp.pdf

Estados Unidos es el principal país, el mismo que cumple un protagonismo importante desde hace varios años en el cultivo y producción de los alimentos transgénicos ya que continúa al frente de la producción con 73,1 millones de hectáreas. Con 3 millones de hectáreas más desde 2013, es decir, una tasa de crecimiento del 4%, Estados Unidos registró el mayor aumento anual superando a Brasil, que registró el mayor aumento anual en los últimos cinco años (ISAA, p. 1)

La mayor concentración de cultivos transgénicos se encuentra en Estados Unidos, donde las variedades transgénicas de soja, maíz y algodón dan cuenta del 90% o más de la producción de estos cultivos. Pero en Estados Unidos también hay mucha oposición pública a los cultivos transgénicos y la campaña por el etiquetado de los alimentos transgénicos está creciendo. Eso ha desatado una feroz oposición de la industria alimenticia (Amigos de la tierra internacional, 2014, p. 5).

En cuanto a los transgénicos en América Latina, Brasil se ubica en segundo lugar luego de Estados Unidos en la lista de cultivos transgénicos sembrados en 2014. Los 42,2 millones de hectáreas representan un aumento del 5 % respecto al 2013 (ISAA, p. 3).

Según comenta Clive James presidente de ISAA, Brasil cuenta con un sistema regulatorio rápido y ha creado tres corrientes de tecnología para respaldar el crecimiento, el modelo incluye: cultivos transgénicos exclusivos del sector privado adoptados en más de 30 millones de hectáreas, asociaciones entre el sector público y el privado que ya han proporcionado un producto aprobado, y la capacidad (estatal) para desarrollar un cultivo transgénico propio (Rebossio, 2012, párr. 1).

Según Rebossio: “Argentina, con soja, maíz y algodón transgénicos, es el tercer país con más hectáreas cultivadas con esta tecnología en el mundo, con 23,7 millones de hectáreas” (párr. 3).

Es importante mencionar que la agricultura en Argentina ha sido modificada significativamente en las últimas décadas ya que a finales de los 80 y en los 90, se hace presente la era “agronómica tecnológica” en la que se destacan hechos significativos como el mejor uso de los recursos técnicos, la extensión de los conocimientos sobre cómo producir mayores cosechas preservando el suelo y su entorno, la reducción de las labranzas, la incorporación de la siembra directa, entre otros (Correa, párr. 35).

A partir del avance de la biotecnología, progresivamente se lograron beneficios de la producción de los cultivos transgénicos como la disminución de la pobreza y del hambre al aumentar los ingresos de los pequeños agricultores de bajos recursos y renuentes a asumir riesgos en todo el mundo.

Países como Bangladesh, uno de los países más pequeños y afectados por la pobreza en el mundo, aprobó el cultivo de berenjenas Bt en octubre de 2013. Menos de 100 días después de la aprobación, se inició en enero de 2014 la comercialización del cultivo y 120 agricultores sembraron 12 hectáreas de berenjenas durante el año. La berenjena Bt no solo crea oportunidades financieras para los agricultores pobres del país, sino que también disminuye drásticamente la exposición de los agricultores a pesticidas en los cultivos alimentarios entre un 70% y un 90%.



El informe también menciona a países como Asia, China e India los cuales continúan al frente en la lista de países en vías de desarrollo que cultivan productos transgénicos, con 3,9 millones de hectáreas y 11,6 millones de hectáreas sembradas en 2014, respectivamente. La tasa de adopción del algodón transgénico en China aumentó del 90% al 93% en 2014, en tanto que los cultivos de papaya resistente a enfermedades virales aumentaron aproximadamente un 50%. Más de 7 millones de pequeños productores en el país se siguen beneficiando de los cultivos transgénicos y los últimos datos económicos señalan que los agricultores han obtenido USD 16,2 mil millones desde la introducción de la biotecnología en 1996 (ISAA, pp. 1 - 2).



En África solo se producen cultivos transgénicos en tres países (Sudáfrica, Burkina Faso y Sudán), pero pretende ampliar sus mercados en África con el desarrollo de otros cultivos transgénicos con mejoras de nutrientes.

En la actualidad, algunos países en vías de desarrollo como Vietnam e Indonesia, están empezando con la comercialización de estos cultivos ya que su aprobación recién tuvo lugar a partir de 2015. Esta aprobación, como se menciona en el informe del ISAA, incluye diversas variedades híbridas de maíz transgénico para importación y siembra en Vietnam, y caña de azúcar resistente a la sequía para sembrar como cultivo alimentarios en Indonesia.

1.9.1.5. El caso de los alimentos transgénicos en el Ecuador

En la actualidad, según un estudio del Ministerio del Ambiente, al menos 70 productos alimenticios de origen transgénico se comercializan en los supermercados del Ecuador. Entre ellos, aceites, mayonesas, chocolates, pan, confites, lácteos, atún, sodas, carnes, embutidos, maíz, soya, arroz. Además, los transgénicos están presentes en medicamentos para controlar la diabetes y en las vacunas de uso humano (Mogollán, Ordóñez y Robayo, p. 3).

Según el Artículo 26 de la Ley Orgánica del Régimen de Soberanía Alimentaria del Ecuador, se declara al Ecuador libre de cultivos y semillas transgénicas. Excepcionalmente, y solo en caso de interés nacional debidamente fundamentado por la Presidencia de la República y aprobado por la Asamblea Nacional, se podrán introducir semillas y cultivos

genéticamente modificados. El Estado regulará bajo estrictas normas de bioseguridad, el uso y el desarrollo de la biotecnología moderna y sus productos, así como su experimentación, uso y comercialización. Se prohíbe la aplicación de biotecnologías riesgosas o experimentales.

Las materias primas que contengan insumos de origen transgénico únicamente podrán ser importadas y procesadas, siempre y cuando cumplan con los requisitos de sanidad e inocuidad, y que su capacidad de reproducción sea inhabilitada, respetando el principio de precaución, de modo que no atenten contra la salud humana, la soberanía alimentaria y los ecosistemas. Los productos elaborados en base a transgénicos serán etiquetados de acuerdo a la ley que regula la defensa del consumidor.



Bajo este contexto es importante mencionar que a pesar de que la Constitución prohíbe los cultivos transgénicos, el Gobierno no ha prohibido en ningún caso la importación de productos tanto alimentos como bebidas que contienen componentes transgénicos, y además el segundo inciso del Artículo 26 de la Ley establece claramente que la importación y procesamiento de materias primas que contengan insumos de origen transgénico están permitidas.

Entre los principales alimentos transgénicos que se importan, según estadísticas del Ministerio de Agricultura (2010), están los cereales y oleaginosas: maíz, aceite de soya o pasta de soya, y sus derivados: lecitina, glucosa, preservantes, enzimas aminoácidos, fermentos lácteos, gluten de maíz y maicena. (Herrera, párr.26).

En el caso del maíz, siendo un cultivo base para la alimentación local sobre todo en la Sierra, a pesar de que Ecuador cuenta con la capacidad para su producción también es dependiente de la importación de este producto.

Estas importaciones están destinadas principalmente a la producción de balanceados para la alimentación animal. Es posible que mucho de este maíz sea de origen transgénico, ya que provienen de países donde ya se ha aprobado y se siembra masivamente varios tipos de maíz transgénico (León, 2014, p. 38).

Uno de los sectores de la industria donde se estarían utilizando los transgénicos es en el avícola ya que los pollos se alimentan de maíz y balanceados los mismos que se encuentran elaborados con maíz y pasta de soja, estos productos en ocasiones son importados de países tales como Estados Unidos y Argentina (Chávez, 2014, p. 64).

La idea de que en el país se cultiven las semillas transgénicas ha disgustado a un grupo de profesionales ambientalistas y agricultores, pues temen que los cultivos puedan contaminar el medio ambiente y causar daños irreversibles, aunque en la actualidad no se ha comprobado científicamente que en el país se cultiven transgénicos ya que su producción se ha concentrado más en la agricultura orgánica y convencional.

En el Ecuador no se siembran aún los transgénicos como anteriormente ya se ha señalado; sin embargo, esta clase de productos pueden ser adquiridos en cualquier tienda de víveres, ya que con los transgénicos se están produciendo cereales, aceites, harinas, etc. (Chávez, p. 64).

Es importante mencionar que en el país estos tipos de alimentos han sido consumidos desde ya varios años, ya que ha sido gran dependiente de las importaciones y a pesar de los posibles efectos y desventajas que puedan tener estos alimentos, Ecuador es un país que tiende a continuar con su comercialización y consumo, ya que por el crecimiento poblacional se ve obligado a buscar alternativas y técnicas que aumenten la productividad de los cultivos y de esta manera pueda satisfacer la demanda de alimentos.

1.9.1.6. Etiquetado de alimentos y bebidas, su función e importancia

En la actualidad, el etiquetado se ha convertido en una de las principales características de los productos ya que gracias a ello, el consumidor puede identificar, reconocer, describir y diferenciar un producto de otro, además mediante el etiquetado se cumplen ciertas leyes y normativas que hoy en día es fundamental y obligatorio que las empresas apliquen, estas regulaciones que se han establecido con el fin de proporcionar al consumidor una adecuada información de lo que contienen los productos.



ESTE LIBRO ES PROPIEDAD EXCLUSIVA DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL, POR LO TANTO NO ES OBJETO DE COMERCIALIZACIÓN.

La etiqueta es el espacio impreso frecuentemente en recuadro, resaltado, adherido o atado, ubicado en el producto, envase, empaque y embalaje que contiene información (instrucciones o datos) opcional u obligatoria, que proporciona el productor o el distribuidor relativa al producto, formulación, instrucciones, envase, empaque, marca, advertencias, fabricante, distribuidor, importador y exportador (Lerma, 2010, p. 187).

Por otro lado, la etiqueta es una parte importante del producto que puede estar visible en el empaque y/o adherida al producto mismo y cuya finalidad es la de brindarle al cliente útil información que le permita en primer lugar, identificar el producto mediante su nombre, marca y diseño; y en segundo lugar, conocer sus características (ingredientes, componentes, peso, tamaño, etc., además de indicaciones para su uso o conservación, precauciones, nombre del fabricante, procedencia, fecha de fabricación y de vencimiento, entre otros datos de interés que dependen de las leyes o normativas vigentes para cada industria o sector (Thompson, 2009, párr. 7).

El etiquetado de alimentos es el principal medio de comunicación entre los productores de alimentos y los consumidores finales. Las etiquetas de los alimentos aportan una información muy útil que permiten, además de conocer las principales características de los productos, hacer una idea aproximada de la calidad del alimento. Ayudan al consumidor a determinar si quiere o no consumir el alimento (Chávez, p. 60).

1.9.1.7. Principales funciones que cumple el etiquetado

Las etiquetas son útiles y necesarias para lograr las siguientes funciones como, cumplir con las normativas oficiales vigentes, establecidas por las diferentes leyes; incentivar el interés del posible consumidor; distinguir o diferenciar el producto; comunicar al consumidor o usuario información que puede ser de su interés respecto al producto; comunicar los cuidados y forma de manejo referente al producto, a quien lo transporte, almacene o maneje (Lerma, p. 189).

Por ello es importante que el productor cumpla con todos los requisitos de etiquetado establecidos en la normativa, porque además de cumplir con la legislación, un etiquetado adecuado y completo ayuda al consumidor al proporcionar una información adecuada de qué es lo que va adquirir y también a tomar una decisión de compra que beneficie en su consumo.

1.9.1.8. Tipos de etiquetas

- **Etiquetas descriptivas o informativas.-** Son las etiquetas más completas e ideales para una gran variedad de productos (alimentos, medicamentos, productos electrónicos, muebles, etc.) porque brindan información que es de utilidad para el cliente (nombre o marca, componentes o ingredientes, recomendaciones de uso, precauciones, fecha de fabricación y de vencimiento, procedencia, fabricante, etc.) y también, porque este tipo de etiquetas son las que generalmente cumplen con las leyes, normativas o regulaciones para cada industria o sector.
- **Etiquetas promocionales.-** Este tipo de etiqueta debe utilizarse para captar la atención del público meta con llamativos diseños y frases promocionales que “captan la atención” y en los espacios secundarios del empaque, se debe incluir una etiqueta descriptiva o informativa que incluya datos que sean de utilidad para el cliente.
- **Etiquetas de marca.-** Son aquellas que por el hecho de incluir solo el nombre o la marca son ideales para ir adheridas al producto mismo, como sucede en el caso de las etiquetas de prendas de vestir.
- **Etiquetas de grado.-** Es un tipo especial de etiqueta que identifica la calidad juzgada del producto mediante una letra, un número o una palabra.
- **Etiquetas obligatorias y no obligatorias.-** Estos dos tipos de etiquetas dependen de que existan o no leyes o regulaciones vigentes para cada industria o sector. En el caso de las obligatorias, el fabricante o distribuidor debe cumplir a cabalidad con las normativas vigentes, caso contrario, se expone a multas y sanciones que además de afectar su economía dañan su imagen ante el público meta. En el caso

de las no obligatorias, cabe señalar que esa situación no es razón o justificativo para no brindar u ocultar información al cliente, o peor aún, para engañarlo con información falsa; por el contrario, el fabricante o distribuidor debe aprovechar esa situación para de forma libre y voluntaria brindar información útil y de valor a sus clientes, lo cual, repercutirá favorablemente en su imagen como empresa (Thompson, párrs. 19 - 23).

1.9.1.9. Normativa de etiquetado para productos que contienen componentes transgénicos en Ecuador

Desde hace varios años en el Ecuador se han comercializado y consumido los productos transgénicos, pero debido a que no existían regulaciones en cuanto al etiquetado, los consumidores no tenían el conocimiento suficiente de los contenidos de los productos que adquirirían en los supermercados, ni los productores tenían la obligación de informar su contenido en las etiquetas, pero a partir del mes de noviembre del 2013 entró en vigencia el nuevo reglamento, el mismo que menciona que todos aquellos alimentos y bebidas que se produzcan o comercialicen en Ecuador deberán incluir en su etiqueta: “contiene componente transgénicos” o “no contiene componente transgénicos”, según sea el caso.

El reglamento estableció que la industria de alimentos tendría que hacer el cambio del etiquetado en un plazo de 6 meses, a partir de la fecha de expedición del mismo (29 de noviembre de 2013), es decir hasta el 29 de mayo del 2014 para las medianas y grandes empresas, y de un año para las pequeñas y microempresas (29 de noviembre de 2014) (MCPEC, párr. 6).

El impacto que generó en los últimos meses en Ecuador fue de gran preocupación tanto para los empresarios como para los consumidores al tener que pasar por un nuevo procedimiento de etiquetado para aquellos productos que han sido modificados, pero los consumidores desconocen de este tema y por ello creará una gran controversia al no poseer la información suficiente en el momento de proceder a la compra de dichos productos.

Dicho reglamento es una disposición enmarcada en el Artículo 2 de la Norma Técnica No. SCPM-NT-2013-001, la misma que se expidió el 11 de septiembre del

2013 y fue emitida por la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, en donde se menciona que el operador económico deberá contar con las pruebas que sustenten la veracidad del mensaje. Además de esta entidad, existen otras las cuales también están a cargo de las regulaciones y controles de este nuevo reglamento como el INEN⁴, el mismo que el año pasado creó el Reglamento Técnico INEN 022 sobre el rotulado de productos alimenticios procesados. El documento estableció que los alimentos procesados que contienen ingredientes transgénicos deben llevar impresas las palabras “contiene transgénicos” en sus etiquetas si un producto supera el 0,9% de contenido transgénico. El porcentaje es el mismo que recomiendan organismos internacionales como la FAO o la Unión Europea y que rige en otros países. (Carvajal, 2015, párr. 2).

Esto ha sido un tema que ha preocupado a miles de empresarios debido a que la mayoría de sus productos son importados porque en la actualidad existen países como Estados Unidos en donde aún no es obligación etiquetar esa información. De allí ingresan cereales, lácteos, mermeladas y otros que de alguna manera tienen materia prima modificada genéticamente como maíz o soya. Según el Artículo 4 de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, para el cumplimiento de la presente norma técnica inicialmente los operadores económicos tuvieron un plazo límite de 60 días contados a partir de la fecha de expedición de la presente norma para ajustar el etiquetado o rotulación.

La presente norma técnica de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, según el Artículo 1, tiene como objetivo prevenir y evitar las prácticas desleales de engaño y violación de normas que puedan afectar los derechos de los consumidores y usuarios; a fin de que conozcan la naturaleza y características de los productos que están consumiendo y puedan escoger libremente, además de prevenir y evitar la competencia desleal entre los operadores económicos que realicen prácticas de engaño y violación de normas, relacionadas con el etiquetado de los alimentos y bebidas genéticamente modificados.

El establecimiento de este nuevo reglamento de etiquetado surgió por la necesidad de informar de forma clara sobre el contenido nutricional de los alimentos de modo que los

⁴ INEN: Instituto Ecuatoriano de Normalización, instituto que genera normas y reglamentos y es el rector de la calidad en el país.

consumidores puedan escoger el producto que sea de su preferencia, pero como se mencionó anteriormente, la ciudadanía desconoce estos tipos de alimentos y puede dar lugar a un debate entre los productores por tratar de mejorar su producción y los consumidores al implicar su salud, ya que en la mayoría de los casos siempre pensarán en adquirir lo más saludable y natural para su alimentación.

Según el Ministerio de Salud Pública (2014), “esta normativa permite que los consumidores accedan a información más completa y comprensible, que les permita realizar una elección informada” (párr. 11).

Es por ello que mediante el presente Trabajo de Titulación se investigará la percepción y el impacto que tienen los consumidores frente a este nuevo reglamento y en qué afectará sus decisiones de compra.

1.9.1.10. Marco legal del etiquetado de productos transgénicos en Ecuador

Una vez analizados los conceptos de los alimentos transgénicos y de las etiquetas de los mismos, es importante y necesario revisar cómo está regulado este nuevo reglamento y las principales entidades que están a cargo de su control, y a su vez de las leyes que tienen competencia dentro de esta normativa y del bienestar de los consumidores dentro del país.

1.9.1.11. Norma Técnica de Rotulado de Productos Alimenticios para Consumo Humano NTE INEN 1334-2011

Esta norma establece los requisitos mínimos que deben cumplir los rótulos o etiquetas en los envases o empaques en que se expenden los productos alimenticios para consumo humano. Esta norma se aplica a todo producto alimenticio procesado, envasado y empaquetado que se ofrece como tal para la venta directa al consumidor y para fines de hostelería. La presente norma no se aplica a aquellos productos alimenticios que se envasan en presencia del consumidor o en el momento de la compra.

Según esta norma los requisitos que comprenden en la parte de los alimentos transgénicos mencionados en el punto 5.4.10.1 Para los alimentos procesados que

contienen ingredientes transgénicos, en la etiqueta del producto debe declararse, en el panel principal, en letras debidamente resaltadas y de conformidad con lo establecido en el Anexo b de la norma NTE INEN 1334-1, “CONTIENE TRANSGÉNICOS”, siempre y cuando el contenido de material transgénico supere el al 0,9 % en el producto (INEN, 2014, p. 10).

El productor debe revisar el Anexo b en donde se detalla las dimensiones de las letras y números para la declaración del nombre de contenido neto del alimento

Y seguidamente el INEN menciona “en el punto 5.4.10.2 cuando se utilice ingredientes transgénicos, debe declararse en la lista de ingredientes el nombre del ingrediente, seguido de la palabra “TRANSGÉNICO”, siempre y cuando el contenido de material transgénico supere el 0,9 % en el producto” (p. 10).

1.9.1.12. Reglamento sanitario de etiquetado de alimentos procesados para el consumo humano

De acuerdo al Artículo 1 del reglamento sanitario emitido por el Ministerio de Salud Pública, el mismo que es una entidad pública que está adscrita con la ARCSA (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria) como organismo técnico encargado de la regulación, control técnico y vigilancia sanitaria de productos de uso y consumo humano, presenta el siguiente reglamento el mismo que tiene como objeto regular y controlar el etiquetado de los alimentos procesados para el consumo humano, a fin de garantizar el derecho constitucional de las personas a la información oportuna, clara, precisa y no engañosa sobre el contenido y características de estos alimentos, que permita al consumidor la correcta elección para su adquisición y consumo. Y de acuerdo al Artículo 2, menciona que las disposiciones establecidas en este reglamento, rigen a todos los alimentos procesados para el consumo humano, que cuenten con Registro Sanitario para su comercialización en el territorio nacional (ARCSA, 2013, p. 2).

1.9.1.13. Ley orgánica de la salud

La presente Ley tiene como finalidad regular las acciones que permitan efectivizar el derecho universal a la salud consagrada en la Constitución Política de la República y la ley. Se rige por los principios de equidad, integralidad, solidaridad, universalidad, irrenunciabilidad, indivisibilidad, participación, pluralidad, calidad y eficiencia; con enfoque de derechos, intercultural, de género, generacional y bioético (CICAD⁵, 2006, p. 2).

El Artículo N°141 establece que los envases de los productos que contengan alimentos genéticamente modificados, sean nacionales o importados, deben incluir obligatoriamente, en forma visible y comprensible en sus etiquetas, el señalamiento de esta condición, además de los otros requisitos que establezca la autoridad sanitaria nacional, de conformidad con la ley y las normas reglamentarias que se dicten para el efecto (CICAD p. 29).

1.9.1.14. Comportamiento del consumidor

El término comportamiento del consumidor, Schiffman y Kanuk (2005) lo definen como “el comportamiento que los consumidores muestran al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar los productos y servicios que, consideran, satisfarán sus necesidades” (p. 8).

El comportamiento del consumidor también tiene una relación directa con la decisión final de compra y en los recursos que los consumidores emplean como son: el tiempo y el dinero. Para Schiffman y Kanuk, el término “comportamiento del consumidor describe dos tipos distintos de entidades: el consumidor personal y el consumidor organizacional” (p. 8).

El consumidor personal es aquel que compra bienes y servicios para su uso individual, mientras que el consumidor organizacional se basa en empresas con fines de lucro o sin ellas, entidades gubernamentales las mismas que compran productos, equipos o servicios para el funcionamiento de sus instituciones.

⁵ CICAD: Comisión Interamericana para el Control del Abuso de Drogas. Es el foro político del hemisferio occidental para tratar el problema de las drogas.

El comportamiento del consumidor, según Blackwell, Miniard y Engel (2002), se define como “las actividades que las personas efectúan al obtener, consumir y disponer de productos y servicios” (p. 6). Todos aquellos consumidores ya sean estos personales u organizacionales constituyen el mercado consumidor, y dentro de este mercado el comportamiento de los consumidores puede variar de acuerdo a diversos factores como: la edad, los ingresos, los gustos y preferencias, nivel de educación, cultura, grupos de referencia, familia, entre otros. Al mencionar factores que influyen en el comportamiento del consumidor, Rivera, Arellano y Molero (2009), mencionan que “se rige en gran medida por las fuerzas internas que preexisten en el individuo y que pueden ser alteradas por las fuerzas externas o influencia en el entorno” (p. 86).

Uno de los factores que también inciden dentro de las decisiones y el comportamiento de los consumidores son los llamados líderes de opinión, Kotler y Armstrong (2008) los definen como “miembros de un grupo de referencia que, por sus habilidades, conocimientos, personalidad, u otras características especiales, ejercen influencia sobre otros” (p. 133). El liderazgo de opinión tiene relación y forma parte directamente dentro del proceso de toma de decisiones del consumidor.

“El liderazgo de opinión consiste en el proceso mediante el cual un individuo (líder de opinión) influye de manera informal en las acciones o actitudes de los demás, quienes podrían ser buscadores de opinión o tan solo receptores de esta” (Shiffman y Kanuk, p. 500). Es decir que en el medio siempre se encontrará un consumidor que ya haya experimentado el producto o servicio y que puede transmitir buenas como también malas referencias acerca del mismo.

El estudio del comportamiento del consumidor y los factores que este conlleva son herramientas importantes para la toma de decisiones de las empresas, Rivas y Grande (2010), mencionan que “comprender el comportamiento del consumidor constituye la base para las actividades y parece impensable plantear cualquier decisión comercial sin previamente establecer algunas hipótesis relativas al consumidor” (p. 32).

Luego de haber mencionado los factores de compra que influyen en los consumidores se describirá brevemente el proceso para la toma de decisiones del consumidor el mismo que es un factor que las empresas deberán analizar cuidadosamente. Al mencionar el proceso de

toma de decisiones del consumidor, Schiffman y Kanuk, mencionan que “se visualizan en tres distintas fases aunque entrelazadas: la fase de entrada, la fase de proceso y la fase de salida” (p. 19).

La fase de entrada son principalmente todos aquellos esfuerzos de marketing de la empresa en: producto, promoción, precio y plaza y otros factores externos. A partir de la fase de proceso, el proceso de decisión del consumidor consta de cinco etapas que son: reconocimiento de la necesidad, en donde el consumidor reconoce un problema o una necesidad, búsqueda de información, en donde el consumidor tiene interés por buscar información relacionada con su necesidad, evaluación de alternativas, Kotler y Armstrong mencionan que “el consumidor adquiere actitudes hacia las diferentes marcas a través de algún procedimiento de evaluación” (p. 143).



Y por último, en la fase de salida, está la decisión de compra, en la cual el consumidor califica las marcas y comienza a desarrollar intenciones de compra, y se concluye con la evaluación y comportamiento posterior a la compra. Para el estudio y la investigación del tema planteado anteriormente, los factores que influyen dentro del comportamiento del consumidor facilitarán conocer sus actitudes y decisiones finales.

1.9.1.15. Comportamiento del consumidor relacionado a los alimentos transgénicos y su etiquetado

Como se mencionó anteriormente, en el Ecuador estos alimentos han sido consumidos desde hace varias décadas, pero al no tener estos productos un etiquetado claro acerca de los componentes que tienen, los consumidores adquirirían sin ninguna preocupación o la información de su contenido era irrelevante, pero debido a la nueva legislación del etiquetado de alimentos que trata acerca de colocar en la etiqueta del producto si contienen o no componentes transgénicos, a pesar de que este reglamento se estableció hace poco tiempo, el consumidor ha mostrado preocupación y ha prestado mayor atención al momento de elegir sus productos.

Esta nueva reglamentación surgió por la necesidad de informar de manera más directa y clara al consumidor ecuatoriano de lo que está adquiriendo, por ello es importante que los

productores cumplan con esta normativa y consumidores se informen tanto del contenido de estos productos como de las nuevas normativas, a pesar de que no existen estudios científicos de los alimentos transgénicos que comprueben efectos perjudiciales para la salud, el consumidor ecuatoriano tiende a continuar adquiriendo estos productos con la diferencia que ahora estarán más informados de qué es lo que están consumiendo y de esta manera se puede evitar posibles enfermedades y alergias, ya que el consumidor final será el único responsable de adquirir o no estos alimentos y llevar una dieta adecuada.

Es importante que la población ecuatoriana conozca y se informe acerca de los derechos que como consumidor tiene mediante la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor que se explicará a continuación, y de igual manera otras leyes y normativas que se elaboran en el país las mismas que se mencionaron anteriormente y que protegen y amparan tanto al productor como al consumidor final.

1.9.1.16. Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor; es la encargada de regular todo lo referente al etiquetado de los transgénicos, permitiendo de esta manera que los consumidores puedan escoger su alimento y de esta manera se logre proteger sus derechos.

Según CETID⁶ (2000) “el objeto de esta Ley es normar las relaciones entre proveedores y consumidores promoviendo el conocimiento y protegiendo los derechos de los consumidores y procurando la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre las partes” (p. 3).

Por ello, es importante revisar los derechos del consumidor el mismo que según el Artículo 4 de esta Ley menciona los principales derechos que se detallan a continuación.

Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos.

⁶ CETID: Centro de Transferencia y Desarrollo de Tecnologías. Brinda servicios de ciencia, tecnología y capacita a la población en tecnologías apropiadas para la mejora de su productividad.

Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar.

Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá anotar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado (CETID, p. 6).

Luego de haber mencionado los derechos de los consumidores, en el Artículo 5 menciona las obligaciones, siendo la principal al tener más relación con el tema, la siguiente: “informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse” (CETID, p. 6).

Y finalmente en la información básica comercial se debe considerar el Artículo 13 en donde menciona lo siguiente: “si los productos de consumo humano o pecuario a comercializarse han sido obtenidos o mejorados mediante trasplante de genes o, en general, manipulación genética, se advertirá de tal hecho en la etiqueta del producto, en letras debidamente resaltadas” (CETID, p. 9).

CAPÍTULO 2

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

2.1. Tipo de investigación

Dada la característica del problema en el que existe una situación determinada en relación a las diferentes variables que interactúan entre sí, como son: el comportamiento del consumidor frente a la norma técnica del etiquetado de alimentos y bebidas que contienen componentes transgénicos en la ciudad de Quito, la importancia del etiquetado de estos productos y la percepción de los consumidores en cuanto a sus características, se aplicó una metodología de investigación exploratoria- descriptiva.

2.2. Fuentes de información

- **Fuentes primarias.-** Para obtener la recolección de datos de la presente investigación, se implementó la encuesta ya que esta técnica, luego de aplicar a los consumidores que reúnan las condiciones definidas requeridas para ser investigados, permite obtener de manera cuantitativa datos específicos, los mismos que sirven para la obtención de resultados y conclusiones finales.
- **Fuentes secundarias.-** En el presente estudio se recopiló información mediante la búsqueda e investigación de información a través de páginas *web* y artículos relacionados a las leyes y características del etiquetado de alimentos y bebidas que contienen componentes transgénicos en la ciudad de Quito.

2.3. Métodos de investigación

Para la presente investigación se planteó el método inductivo, debido a que este parte de una idea particular a una general, y en el presente estudio se investigará a una población específica para determinar las características generales del tema planteado.

Otro de los métodos que se aplicó es el método analítico, ya que tomando en cuenta que el análisis es la descomposición de un todo en sus elementos es necesario observar las

principales características y establecer una relación causa - efecto entre los elementos que componen el objeto de investigación, además de comprender sus principios y las relaciones que existen en el todo. En el caso del presente estudio fue necesario analizar las diferentes normas, principios y estructuras técnicas como conceptos básicos y entender las diferentes relaciones entre estos elementos.

Y finalmente se planteó el método de síntesis debido a que este, luego de haber realizado el respectivo análisis de los datos recopilados en la investigación, dio lugar a plantear recomendaciones y conclusiones. Así, el análisis y la síntesis, de manera correlativa e inseparable indican la forma en que se estructurará el nuevo cuerpo del conocimiento, en función del estudio del comportamiento del consumidor frente a las nuevas normas de etiquetado de los productos que contienen componentes transgénicos.

2.4. Población a investigar

		Hogares
Barrios sector norte del Distrito		
Metropolitano de Quito	225	226 175

Fuente: Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda (2010). *Población e indicadores 2010*. Recuperado de: http://sthv.quito.gob.ec/images/indicadores/Barrios/demografia_barrio10.htm

Del total de barrios del norte de Quito, para la presente investigación solo se toman en cuenta los barrios urbanos de nivel socioeconómico medio típico del norte del Distrito Metropolitano Quito; según datos obtenidos el número de hogares es de 31 479.

2.5. Muestra

Se aplica la fórmula para el cálculo de muestra finita:

Donde:

n = tamaño de la muestra

N =tamaño de la población= 31 479

Z = nivel de confianza= 95% equivalente a 1,96

e = error permitido= 5% equivalente a 0,05

p = probabilidad de éxito= 0,50

q = probabilidad de fracaso= 0,50

Entonces:

n = 380 encuestas

2.5.1. Tipo de muestreo

Para la presente investigación se aplicó el muestreo no probabilístico por conveniencia. Las encuestas se aplicaron a 23 barrios, representativos del nivel socioeconómico medio típico. (Anexo B)

2.6. Técnica de recolección de datos

Para la investigación de tipo cuantitativo/exploratorio la recolección de datos se obtuvo mediante la implementación de la técnica de encuestas.

2.7. Instrumento para la recopilación de información

El instrumento que se utilizó para la recolección de datos es el cuestionario (ver anexo A).

2.8. Tabulación de resultados.

La tabulación de resultados se realizó mediante los respectivos cálculos y estudios estadísticos el programa Microsoft Excel.

2.9. Informe de resultados

Los resultados obtenidos de la presente investigación son presentados en tablas.

CAPÍTULO 3 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Presentación y análisis de resultados

3.1.1. Pregunta 1.- ¿Conoce usted acerca de los alimentos transgénicos?

Tabla 3.1. Conocimiento de los alimentos transgénicos

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Sí	380	100%
Total	380	100,00%

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

De acuerdo a la muestra establecida anteriormente se realizaron 380 encuestas, en las cuales el 100% de los encuestados indicó que sí conoce los alimentos transgénicos.

Cabe indicar que aquellas personas que respondieron no conocer los alimentos transgénicos en ese momento dicha encuesta se finalizó, es decir originalmente la pregunta fue la siguiente:

1. ¿Conoce usted acerca de los alimentos transgénicos?

1.1. Sí

1.2. No

Fin de la encuesta.

3.1.2. Pregunta 2.- Si en un producto consta la palabra “transgénico” le induce a pensar

Tabla 3.2. Características que se asocian con la palabra transgénico en un producto

Variables	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
El producto no es natural	166	43,73%
El producto posee mejoras	153	40,15%
El producto puede afectar a la salud	61	16,11%
Total	380	100,00%

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

Sobre las características que asocian los consumidores con la palabra transgénico en un producto, el 43,73% respondió que induce a pensar con que el producto no es natural, el 40,15% asocia con que el producto posee mejoras y el 16,11% considera que puede afectar a la salud.

3.1.3. Pregunta 3.- ¿Qué tan importante es para usted que en la etiqueta del producto indique si contiene transgénicos o no?

Tabla 3.3. Importancia de la indicación del contenido de transgénicos en la etiqueta del producto

Variables	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Nada importante	4	1,02%
Poco importante	132	34,78%
Muy importante	244	64,19%
Total	380	100,00%

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

El 64,19% de los consumidores considera que es muy importante que en la etiqueta del producto indique si contienen componentes transgénicos, mientras que, el 34,78% indica poco importante y solamente el 1,02% considera nada importante.

3.1.4. Pregunta 4.- ¿Cree que los alimentos transgénicos producen algún daño en el organismo?

Tabla 3.4. Criterio de los alimentos transgénicos acerca del daño en el organismo

Variables	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Sí	231	60,87%
No	149	39,13%
Total	380	100,00%

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.



El 60,87% de los consumidores encuestados cree que los alimentos transgénicos sí producen algún daño en el organismo, en tanto que, el 39,13% cree que no lo hacen.

3.1.5. Pregunta 5.- ¿Conoce usted acerca de la nueva normativa de etiquetado que deben tener los productos que contienen componentes transgénicos en el Ecuador?

Tabla 3.5. Conocimiento acerca de la nueva normativa de etiquetado de los productos que contienen componentes transgénicos

Variables	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Sí	215	56,52%
No	165	43,48%
Total	380	100,00%

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

El 56,52% de los encuestados sí conoce la nueva normativa de etiquetado que deben tener los productos que contienen componentes transgénicos en el Ecuador, mientras que el 43,48% indicó que no conoce la nueva normativa.

Cabe indicar que los consumidores que no conocen la nueva normativa pasaron a la pregunta número siete, mientras que a las personas que indicaron que sí conocen se les realizó la pregunta número seis.

3.1.6. Pregunta 6.- ¿Usted ha dejado de consumir algún producto a partir del nuevo etiquetado en donde indica que contiene componentes transgénicos?

Tabla 3.6. Suspensión de consumo de productos a partir del nuevo etiquetado

Variables	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Sí	87	40,27%
No	128	59,73%
Total	215	100,00%

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

El 59,73% de los consumidores no ha dejado de consumir algún producto a partir del nuevo etiquetado en donde se indica que contiene componentes transgénicos, en tanto que el 40,27% sí ha dejado de consumir algún producto.

3.1.7. Pregunta 7.- ¿Conoce usted los beneficios de los alimentos transgénicos?

Tabla 3.7. Conocimiento de los beneficios de los alimentos transgénicos

Variables	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Sí	123	31,46%
No	268	68,54%
Total	391	100,00%

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

El 68,54% de los consumidores no conoce los beneficios de los alimentos transgénicos, en tanto que, el 31,46% sí conoce.

3.1.8. Pregunta 8.- ¿Conoce usted las desventajas de los alimentos transgénicos?

Tabla 3.8. Conocimiento de las desventajas de los alimentos transgénicos

Variables	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Sí	198	52,2%
No	182	47,8%
Total	380	100,00%

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

El 52,2% de los consumidores sí conoce las desventajas de los alimentos transgénicos, en tanto que, el 47,8 no las conoce.

3.1.9. Pregunta 9.- ¿Está de acuerdo con que los alimentos deben ser modificados genéticamente para obtener características precisas?

Tabla 3.9. Opinión sobre la modificación genética de los alimentos

Variables	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Sí	156	41,18%
No	224	58,82%
Total	380	100,00%

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

El 58,82% de los consumidores encuestados no está de acuerdo con que los alimentos deben ser modificados genéticamente para obtener características precisas, en tanto que, el 41,18% sí lo está.

3.1.10. Pregunta 10.- ¿Cree que los alimentos transgénicos tienen alguna consecuencia o efectos?

Tabla 3.10. Opinión sobre las consecuencias o efectos de los alimentos transgénicos

Variables	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Sí	273	71,74%
No	107	28,26%
Total	380	100,00%

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

El 71,74% de los consumidores encuestados considera que los alimentos transgénicos sí tienen alguna consecuencia o efecto, en tanto que el 28,26% no la tienen.

3.1.11. Pregunta 11.- ¿Cuál de estas consecuencias cree usted que los alimentos transgénicos producen en nuestra vida?

Tabla 3.11. Consecuencias de los alimentos transgénicos en nuestra vida

Variables	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Contaminación ambiental	7	2,56%
Problemas sanitarios	12	4,40%
Enfermedades en el organismo	187	68,50%
Contaminación genética	67	24,54%
Total	273	100,00%

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

El 68,50% de los consumidores que creen que los alimentos transgénicos tienen algún efecto en su vida, considera que la principal consecuencia son las enfermedades en el organismo, un 24,54% opina que es la contaminación genética, el 4,40% señala que son los problemas sanitarios y apenas el 2,56% considera que la consecuencia de los alimentos transgénicos es la contaminación ambiental.

Cabe indicar que esta pregunta únicamente respondieron los encuestados que indicaron afirmativa la pregunta anterior es decir; 273 encuestados.

3.1.12. Pregunta 12.- ¿Acostumbra a leer la información de las etiquetas y envases?

Tabla 3.12. Lectura de información de las etiquetas y envases

Variables	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Sí	314	82,61%
No	66	17,39%
Total	380	100,00%

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

El 82,61% de los consumidores encuestados sí acostumbra a leer la información de las etiquetas y envases, en tanto que el 17,39% no lo hace.

3.1.13. Pregunta 13.- ¿Influye la información del envase o etiqueta de los productos que compra?

Tabla 3.13. Influencia de la información del envase o etiqueta

Variables	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Sí	149	39,13%
Según tipo de producto	223	58,82%
No	8	2,05%
Total	380	100,00%

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.



El 58,82% de los consumidores encuestados indica que esa información influye según el tipo de producto, el 39,13% manifiesta que esa información sí influye y finalmente apenas el 2,05% indica que no influye la información del envase o etiqueta en el momento de compra.

3.1.14. Pregunta 14.- Al momento de escoger un producto ¿qué importancia le da a los siguientes aspectos?

3.1.14.1. Diseño y presentación del envase o empaque

Tabla 3.14. Importancia del diseño y presentación del envase o empaque

Variables	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Poco importante	38	9,72%
Algo importante	62	16,37%
Importante	177	46,80%
Muy importante	103	27,11%
Total	380	100,00%

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

El 46,80% de los encuestados considera que el diseño y presentación del envase o empaque es importante, un 27,11% manifiesta que es muy importante, en tanto que el 16,37% considera que es algo importante y el 9,72% lo considera poco importante.

3.1.14.2. Tabla nutricional

Tabla 3.15. Importancia de la tabla nutricional

Variables	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Poco importante	3	0,77%
Algo importante	46	12,02%
Importante	190	50,13%
Muy importante	141	37,08%
Total	380	100,00%

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

El 50,13% de los encuestados considera que la tabla nutricional en un producto es importante, un 37,08% opina que es muy importante, en tanto que el 12,02% considera algo importante y apenas el 0,77% opina que la tabla nutricional en un producto es poco importante.

3.1.14.3. Precio

Tabla 3.16. Importancia del precio

Variables	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Poco importante	17	4,35%
Algo importante	53	14,07%
Importante	169	44,50%
Muy importante	141	37,08%
Total	380	100,00%

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

El 44,50% de los encuestados considera que el precio en el momento de escoger un producto es importante, un 37,08% opina que es muy importante, en tanto que el 14,07% manifiesta que es algo importante y apenas el 4,35% considera poco importante.

3.1.14.4. Marca

Tabla 3.17. Importancia de la marca

Variables	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Poco importante	30	7,67%
Algo importante	86	22,76%
Importante	157	41,43%
Muy importante	107	28,13%
Total	380	100,00%

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.



El 41,43% de los encuestados considera que la marca en el momento de escoger un producto es importante, un 28,13% opina que es muy importante, en tanto que el 22,76% manifiesta que es algo importante y apenas el 7,67% considera poco importante.

3.1.14.5. Indicaciones de uso y/o preparación

Tabla 3.18. Importancia del uso y/o preparación

Variables	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Poco importante	38	9,72%
Algo importante	106	28,13%
Importante	178	46,80%
Muy importante	58	15,35%
Total	380	100,00%

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

El 46,80% de los encuestados considera que las indicaciones de uso y/o preparación en el momento de escoger un producto es importante, un 28,13% opina que es algo importante, en tanto que el 15,35% manifiesta que es muy importante y apenas el 9,72% lo considera poco importante.

3.1.14.6. Imagen de la etiqueta

Tabla 3.19. Importancia de la imagen de la etiqueta

Variables	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Poco importante	47	12,28%
Algo importante	72	18,93%
Importante	174	45,78%
Muy importante	87	23,02%
Total	380	100,00%

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

El 45,78% de los encuestados considera que la imagen de la etiqueta en el momento de escoger un producto es importante, un 23,92% opina que es muy importante, en tanto que el 23,02% manifiesta que es muy importante y apenas el 12,28% la considera poco importante.

3.1.14.7. Ingredientes/componentes

Tabla 3.20. Importancia de los ingredientes/componentes

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Algo importante	62	16,37%
Importante	157	41,43%
Muy importante	161	42,20%
Total	380	100,00%

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

El 42,20% de los encuestados considera que los ingredientes o componentes de un producto en el momento de escoger es muy importante, un 41,43% opina que es importante, en tanto que el 16,37% considera algo importante.

3.1.14.8. Fecha de caducidad

Tabla 3.21. Importancia de la fecha de caducidad

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Algo importante	8	2,05%
Importante	75	19,69%
Muy importante	297	78,26%
Total	380	100,00%

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

El 78,26% de los encuestados considera que la fecha de caducidad de un producto al momento de escoger es muy importante, un 19,69% opina que es importante, mientras que apenas el 2,05% considera algo importante.

3.1.15. Pregunta 15.- ¿En qué clase de alimentos cuando compra influye más el etiquetado?

Tabla 3.22. Alimentos que influyen su etiquetado en el momento de compra

Variables	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Lácteos	276	70,59%
Aceites y mantequillas	89	22,76%
Congelados	234	59,85%
Cereales	132	33,76%
Productos dietéticos	145	37,08%
Cárnicos	4	1,02%
Condimentos	4	1,02%
Embutidos	4	1,02%
Vegetales-frutas	4	1,02%
Productos precocinados	183	46,80%
Conservas	191	48,85%
Bebidas	213	54,48%
Galletas	85	21,74%
Zumos	119	30,43%

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.

Según los consumidores encuestados, los alimentos en los que más influye el etiquetado cuando compran son: los productos lácteos con el 70,59%, seguido por productos congelados con un 59,85%, bebidas con el 54,48%, conservas con el 48,85%, platos precocinados con el 46,80%, productos de dieta con el 37,08%, cereales con el 33,76%, zumos con el 30,43%, aceites con el 22,76% y galletas con el 21,74%, en tanto que en productos como cárnicos, condimentos, embutidos, vegetales y frutas su etiquetado influye tan solo el 1,02% en el momento de compra.

Cabe señalar que en esta pregunta los encuestados señalaron más de una opción al momento de escoger los alimentos.

3.1.16. Pregunta 16.- ¿Le gustaría tener mayor información sobre los alimentos transgénicos?

Tabla 3.23. Mayor información sobre los alimentos transgénicos

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Sí	367	96,68%
No	13	3,32%
Total	380	100,00%

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: La Autora

El 96,68% de los consumidores encuestados indicó que sí le gustaría tener mayor información sobre los alimentos transgénicos, mientras que el 3,32% indicó que no le gustaría.

3.1.17. Pregunta 17.- ¿A través de qué medio le gustaría obtener esta información?

Tabla 3.24. Medios de información

Variables	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Televisión	145	38,36%
Correo electrónico	98	25,93%
Publicidad en el punto de venta	179	47,35%
Redes sociales	196	51,85%

Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: la Autora.



El 51,85% de consumidores encuestados indicó que le gustaría obtener mayor información de los alimentos transgénicos por medio de redes sociales, el 47,35% indicó que le gustaría obtener esta información por medio de publicidad en el punto de venta, el 38,36% por medio de televisión y apenas al 25,93% de los encuestados le gustaría recibir información por medio de correo electrónico.

Cabe señalar que esta pregunta fue respondida únicamente si la anterior fue afirmativa, caso contrario los encuestados no tenían la obligación de responder. Además, los encuestadores escogieron más de una opción de respuesta.

CAPÍTULO 4 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1. Conclusiones

Al término de la investigación se observa que, en el contexto de este estudio, los productos que contienen componentes transgénicos junto con su etiquetado, son reconocidos gracias a la resolución emitida por la Superintendencia de Control de Poder del Mercado y el nuevo reglamento de etiquetado que entró en vigencia a partir del 29 de noviembre de 2013 y como se demuestra en la presente investigación, el 100% de los consumidores encuestados tienen algún tipo de conocimiento sobre las implicaciones de los productos transgénicos.

Una vez realizada la investigación de campo como parte del estudio exploratorio, la encuesta utilizada como parte de las herramientas y técnicas de la investigación, permitió sistematizar el estudio y en consecuencia organizar un cuestionario de manera lógica y sistemática en el cual, a partir de una primera pregunta, que estaba destinada a conocer si los sujetos de estudio estaban familiarizados con la existencia de los alimentos que contienen componentes transgénicos, fue posible profundizar la información para determinar que si bien los consumidores en general saben y entienden el alcance de la palabra transgénico, estos desconocen al mismo tiempo todas las particularidades que un etiquetado debe contener en función de las leyes que rigen y que son de suma importancia a la hora de tomar una decisión en el momento de seleccionar un producto para el consumo.

Si en un producto consta la palabra transgénico, es decir, si un producto tiene la leyenda: “Contiene componentes transgénicos”, hay que notar que, dentro de las características que los consumidores asocian con esta leyenda, la mayor parte de los consumidores encuestados relacionan y perciben el término transgénico con componentes no naturales en la composición de los productos. Esto hace pensar en la necesidad de trabajar en el diseño y puesta en práctica de mejores y más campañas que ilustren en forma correcta y precisa el alcance y la definición de estos términos.

En cuanto a la percepción que tienen los consumidores acerca de las consecuencias o efectos que podría causar la ingesta a largo plazo de los productos transgénicos, los

encuestados consideran que esta clase de productos pueden llegar a ocasionar algún tipo de daño en el organismo, considerando a las enfermedades como la principal consecuencia o efecto. Esto hace pensar que la idea de modificación genética de los productos sin la información adecuada, genera un estado de preocupación en las personas que no conocen que la modificación genética no necesariamente tiene consecuencias siempre negativas.

La modificación genética, por naturaleza, parte de una ética mínima en la que la ciencia siempre procura el bienestar de la humanidad, de ahí que los resultados del uso y consumo de los productos transgénicos serán buenos o malos en la medida en que se tenga conciencia de esto; por lo tanto, no hay razón para elaborar un criterio negativo sin tener los suficientes elementos de juicio, elementos de juicio que por otro lado, serán mejor elaborados por los consumidores siempre y cuando estos obtengan la información adecuada en las etiquetas de los productos.

A pesar del poco conocimiento que tienen los consumidores frente a la nueva normativa de etiquetado que deben tener los productos que contienen componentes transgénicos en el Ecuador, se puede determinar que, según los resultados obtenidos, este nuevo etiquetado no ha influido en gran medida su decisión de compra, lo cual es un resultado favorable, pero al mismo tiempo al ser este etiquetado una nueva reglamentación, todavía existe cierto desconocimiento por parte de los consumidores, y por otro lado descuido y falta de preocupación por parte de los productores para incluir la información completa y necesaria en el etiquetado de sus productos.

Del total de las personas encuestadas, los datos reflejan una cifra significativa de consumidores que acostumbran a leer su etiquetado antes de adquirir un producto. Además, factores como la información que contiene el producto, la clase de producto, entre otros son variables que influyen directamente en el momento de la decisión de compra.

Dentro de la presente investigación, se planteó el criterio que tienen los consumidores acerca de la importancia de las principales características que influyen en el momento de escoger un producto. Para los consumidores las variables como: el diseño y presentación del envase o empaque, tabla nutricional, precio, marca, indicaciones de uso y/o preparación, y la imagen de la etiqueta son factores importantes. Por otro lado, aspectos como: los ingredientes

o componentes y la fecha de caducidad, son considerados como muy importantes al momento de escoger un producto; esto hace pensar que de toda la información que existe en una etiqueta, siguen siendo prioritarios los componentes de los productos y el tiempo de duración de los mismos; es así que, desde el punto de vista del marketing, estas variables de los componentes transgénicos deberían manejarse como una fortaleza y una oportunidad para el éxito de las campañas.

A pesar de que el consumidor ecuatoriano no tiene una cultura de alimentación saludable, con lo mencionado anteriormente se puede establecer que actualmente los consumidores tienen un mayor interés y preocupación de leer la información o el contenido de los productos que van adquirir previo a su compra, es decir, su tendencia determina a mejorar la calidad de alimentación.

De acuerdo a las cifras obtenidas para conocer qué tipo de alimentos se ven influenciados por su etiquetado al momento de su compra, se definen aquellos que son de consumo diario y que poseen variedad de productos a partir de su materia prima, como son principalmente los lácteos, productos congelados, bebidas, conservas y platos precocinados. Estos productos fueron priorizados frente a otros como el caso de los dietéticos, cereales, zumos y galletas, lo que haría pensar que a la hora de etiquetar los productos, esta clasificación debería ser tomada en cuenta para los respectivos objetivos comerciales. Y finalmente en cuanto a los cárnicos, condimentos, embutidos, vegetales y frutas, podría decirse que estos al momento su etiquetado no demanda mayor interés por parte del consumidor en cuanto a la información de elementos transgénicos, esto sucede porque la característica principal de etiquetado de estos productos ha creado una imagen de simpleza y agilidad en el momento de la selección de los mismos.

Los indicadores y las estadísticas mundiales y nacionales muestran que el incremento de la adquisición de productos industriales y elaborados cada vez aumenta y la demanda es creciente, a pesar de la escasez de recursos y el mayor agotamiento de las tierras cultivables que los proveen. De ahí la necesidad de manipular industrial y genéticamente los productos de consumo para la sociedad.

4.2. Recomendaciones

En el Ecuador los alimentos transgénicos han sido consumidos desde hace varias décadas y gracias al nuevo etiquetado que se ha implementado en estos productos los consumidores ya pueden identificarlos, en la presente investigación además de tomar en cuenta la normativa del etiquetado, también es importante considerar las opiniones y el comportamiento los consumidores frente a todos los factores relacionados con los alimentos transgénicos.

Partiendo de los resultados obtenidos de la presente investigación, se puede establecer algunas recomendaciones dirigidas a los principales responsables que están involucrados con los productos transgénicos y su etiquetado como son entidades gubernamentales, las empresas y el consumidor final.

Las entidades gubernamentales deben continuar con los controles y regulaciones para verificar el cumplimiento de los requisitos del etiquetado que se establecen en las normativas y reglamentos implementados en la actualidad, ya que de esta manera se puede garantizar y proteger la calidad de los productos que se comercializan en el país, favoreciendo así el derecho a la información del consumidor final.

Previamente a la distribución y comercialización de los productos, tanto importados como nacionales, el estado debe contar con laboratorios certificados en donde se puedan realizar los respectivos estudios y análisis de los componentes de los productos para verificar que se cumpla la normativa en aquellos productos que contienen componentes transgénicos.

Cabe indicar que los proveedores también cumplen un rol importante dentro de la producción y distribución de los productos transgénicos, es por ello que deben informar a las empresas los componentes que han sido utilizados en el proceso para que, partiendo de ello, las industrias y empresas logren cumplir con las regulaciones emitidas por las entidades gubernamentales como el etiquetar adecuadamente los productos que contengan componentes transgénicos, y de esta manera los consumidores logren visualizar y distinguir esta clase de productos.

Es parte de la responsabilidad social de las empresas la elaboración y puesta en marcha de una política social destinada a informar y comunicar correctamente a través de la presentación y etiquetado de los productos, de todos los beneficios, riesgos, ventajas y desventajas que existen alrededor de los llamados productos transgénicos, ya que de acuerdo con las estadísticas de la presente investigación existe un alto índice de desconocimiento por parte de los consumidores acerca de las desventajas, consecuencias o efectos y de su normativa, a pesar de que, desde que se implementó el nuevo etiquetado, este no ha influido actualmente en la decisión de compra del consumidor.

Se debe tomar en cuenta que si los productores, fabricantes, comercializadores, etc., no informan de manera clara sobre todos los aspectos y características que los alimentos contienen, en especial sobre los componentes transgénicos, a corto, mediano y largo plazo tanto las empresas y proveedores como el consumidor final pueden resultar perjudicados.

En este contexto y desde el punto de vista del marketing, la implementación de campañas de comunicación a través de los medios tradicionales y alternativos, como son en la actualidad las redes sociales y su influencia creciente en la opinión pública junto a la publicidad y el merchandising en los puntos de venta, son fundamentales ya que esto asegurará que el consumidor reciba la información oportuna, clara, precisa y no engañosa sobre el contenido y características de los productos, como también servirá para que las organizaciones mejoren sus tareas a través de las buenas prácticas de elaboración y fabricación de productos bajo las premisas de la calidad y el buen servicio.

Y, finalmente, no se debe dejar a un lado el rol que cumple el consumidor, el mismo que tiene que ser coherente, consciente y responsable con el uso y el consumo de los productos y por tanto enfatizar en la necesidad de apoyar la cultura de la información para evitar ser un consumidor compulsivo y costumbrista, sino que el consumidor debe aprender a tomarse su tiempo en forma ordenada y disciplinada para revisar los contenidos de los etiquetados y así tomar una buena decisión.

Considerando la preocupación que existe en el mundo por aspectos relacionados con el uso y el abuso de los recursos del planeta, que sirven para la supervivencia de los seres humanos, es notorio también el hecho de que en el país, cada día aparecen campañas de

concienciación y responsabilidad social para sumarse a la preocupación mundial por el cuidado del medio ambiente, la salud y el bienestar de sus habitantes. Esto se puede comprobar en las políticas económicas y sociales de los gobernantes y también en la conocida Matriz Productiva y la filosofía del Buen Vivir.

Bajo esta premisa no es menos cierta la necesidad de manejar de manera sostenida y sustentable el consumo de los productos que salen al mercado, a través de los diferentes proveedores y expendedores a los cuales recurren y se dan cita diariamente los ciudadanos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARCSA (2013). *Reglamento sanitario de etiquetado de alimentos procesados para el consumo humano*. Recuperado de: <http://www.controlsanitario.gob.ec/reglamento-sanitario-de-etiquetado-de-alimentos-procesados-para-el-comsumo-humano/>, el 28 de julio del 2015.
- Amigos de la tierra internacional (2014.) *¿Quién se beneficia con los cultivos transgénicos?* Recuperado de: http://www.foeeurope.org/sites/default/files/publications/foei_who_benefits_exec_summ_esp.pdf, el 9 de junio del 2015.
- Blackwell, R., Miniard P. y Engel J. (2002). *Comportamiento del consumidor*. (9ª ed.). México: International Thomson Editores.
- Correa, A. (2015). *Regulación jurídica de las biotecnologías*. Recuperado de: <http://biotech.bioetica.org/Monografias/i5.htm>, el 4 de mayo del 2015.
- Chávez, C. (2014). *Los transgénicos en la Constitución de la República del Ecuador*. Recuperado de: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/3907/1/T-UCE-0013-Ab-103.pdf>, el 11 de junio del 2015.
- Carvajal, A. (2015). *La industria aplica paulatinamente el etiquetado de los transgénicos*. Recuperado de: <http://www.elcomercio.com/tendencias/transgenicos-alimentacion-etiquetado-ecuador-alimentos.html>, el 15 de julio del 2015.
- CICAD (2006). *Ley orgánica de salud*. Recuperado de: http://www.cicad.oas.org/fortalecimiento_institucional/legislations/PDF/EC/ley_organica_de_salud.pdf, el 15 de julio del 2015.
- CETID (2000). *Ley orgánica de defensa del consumidor*. Recuperado de: <http://www.cetid.abogados.ec/archivos/95.pdf>, el 21 de julio del 2015.

ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR FRENTE A LA NORMA TÉCNICA DEL ETIQUETADO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS QUE CONTIENEN COMPONENTES TRANSGÉNICOS EN LA CIUDAD DE QUITO

- Herrera, S. (2009). *Alimentos transgénicos en el Ecuador: consecuencias en la población*. Recuperado de: <http://internacionaltransgenicos.blogspot.com/2009/12/alimentos-transgenicos-en-el-ecuador.html>, el 27 de marzo del 2015.
- Herrera, N. y Gómez, J. (2011). *La biotecnología y los alimentos transgénicos*. Recuperado de: http://www.uach.mx/extension_y_difusion/synthesis/2011/08/18/la_biotecnologia_y_los_alimentos_transgenicos_organismos_modificados_geneticamente.pdf, el 15 de mayo de 2015.
- ISAA (2015). *Los cultivos transgénicos muestran un crecimiento constante; beneficios obtenidos en 2014*. Recuperado de: <https://www.isaaa.org/resources/publications/briefs/49/pressrelease/pdf/B49-PressRelease-Spanish.pdf>, el 29 de mayo del 2015.
- INEN (2014). *Rotulado de productos alimenticios para consumo humano. Parte 1. Requisitos*. Recuperado de: <http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/09/NTE-ENEN-1334-1-4R.pdf>, el 15 de julio del 2015.
- Kotler, P. y Armstrong G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. (8^a ed.). México: Pearson.
- López, C y Reverte, B. (2011). *Aprende a comer bien. Para jóvenes y adultos*. España: Editorial Club Universitario.
- López, V. (2012). *Los transgénicos ¿Una amenaza a la soberanía alimentaria?* Recuperado de: <http://www.agroecuador.com/HTML/Revista/2012/Diciembre/revista%204%20caiz.pdf>, el 29 de abril del 2015.
- León, X. (2014). *Transgénicos, agroindustria y soberanía alimentaria*. Recuperado de: <http://revistas.flacsoandes.edu.ec/letrasverdes/article/view/1235/1229>, el 11 de junio del 2015.
- Lema, A. (2010). *Desarrollo de nuevos productos*. (4^a ed.). México: Cengage Learning Editores.

ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR FRENTE A LA NORMA TÉCNICA DEL ETIQUETADO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS QUE CONTIENEN COMPONENTES TRANSGÉNICOS EN LA CIUDAD DE QUITO

Mogollón, C., Ordoñez, R y Robayo A. (2014). *Los transgénicos*. Recuperado de: http://www.academia.edu/9474405/Transgenicos_en_Ecuador, el 25 de mayo de 2015.

Ministerio de Comercio Exterior (2014). *Boletín de análisis de mercados internacionales*. Recuperado de: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/04/BOLETIN-MARZO-ABRIL-2014.pdf>, el 9 de junio del 2015.

Ministerio Coordinador de Producción Empleo y Competitividad (2014). *Ministros en rueda de prensa ratifican que el plazo para etiquetado de alimentos procesados no se extenderá*. Recuperado de: <http://www.produccion.gob.ec/plazo-para-etiquetado-de-alimentos-procesados-no-se-extendera/>, el 15 de julio del 2015

Ministerio de Salud Pública (2014). *Este 29 de noviembre se cumple plazo para que alimentos procesados tengan las nuevas etiquetas*. Recuperado de: <http://www.salud.gob.ec/este-29-de-noviembre-se-cumple-plazo-para-que-alimentos-procesados-tengan-las-nuevas-etiquetas/>, el 15 de julio del 2015.

Noboa, M. (2010). *Regulación de organismos transgénicos en el Ecuador*. Recuperado de: <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/373/1/UDLA-EC-TAB-2010-82.pdf>, el 27 de mayo del 2015.

Greenpeace (2012). *Guía roja y verde de alimentos transgénicos*. Recuperado de: <http://www.greenpeace.org/espana/Global/espana/report/transgenicos/Textos-listado5edicion.pdf>, el 27 de marzo del 2015.

Rebossio, A. (2012). *Brasil y Argentina lideran el avance mundial de los transgénicos*. Recuperado de: <http://blogs.elpais.com/eco-americano/2012/02/brasil-y-argentina-lideran-el-avance-mundial-de-los-transg%C3%A9nicos.html>, el 9 de junio del 2015.

Rivera, J., Arellano R. y Molero V. (2009). *Conducta del consumidor*. (2ª ed.). España: Esic Editorial.

Rivas, J. y Grande I. (2010). *Comportamiento del consumidor*. (6ª ed.). España: Esic Editorial.

ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR FRENTE A LA NORMA TÉCNICA DEL ETIQUETADO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS QUE CONTIENEN COMPONENTES TRANSGÉNICOS EN LA CIUDAD DE QUITO

Schiffman, L. y Kanuk L. (2005). *Comportamiento del consumidor*. (8ª ed.). México: Pearson.

Sánchez, T. (2008). *Plantas transgénicas*. Recuperado de: <http://www.uned.es/experto-biotecnologia-alimentos/TrabajosSelecc/TrinidadSanchez.pdf>, el 28 de mayo del 2015.

Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda (2010). *Población e indicadores 2010*. Recuperado de: http://sthv.quito.gob.ec/images/indicadores/Barrios/demografia_barrio10.htm, el 15 de agosto del 2015.

Thompson, I. (2009). *La etiqueta del producto*. Recuperado de: <http://www.marketing-free.com/producto/etiquetas.html> el 8 de julio del 2015

ANEXOS

Anexo A.- Cuestionario de encuesta sobre el comportamiento de los consumidores de alimentos que contienen componentes transgénicos.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS
CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

La presente investigación se realiza con fines académicos y es totalmente anónima y confidencial, por lo que se solicita responder de la manera más sincera. El objetivo del presente estudio es obtener información sobre el comportamiento del consumidor frente a la norma técnica del etiquetado de alimentos y bebidas que contienen componentes transgénicos en la ciudad de Quito.

Instrucciones: Marque con una x en el espacio correspondiente

Género: M F

Barrio: _____



1. ¿Conoce usted acerca de los alimentos transgénicos?

1.1. Sí

1.2. No

Fin de la encuesta.

2. Si en un producto consta la palabra "transgénico" le induce a pensar que:

2.1. El producto no es natural

2.2. El producto posee mejoras en sus características funcionales

2.3. El producto puede afectar a la salud

3. ¿Qué tan importante es para usted que en la etiqueta del producto se indique si contiene transgénicos o no?

3.1. Nada importante

3.2. Poco importante

3.3. Muy importante

4. ¿Cree que los alimentos transgénicos producen algún daño en el organismo?

4.1. Sí

4.2. No

5. ¿Conoce usted acerca de la nueva normativa de etiquetado que deben tener los productos que contienen componentes transgénicos en el Ecuador?

5.1. Sí Pasar a la siguiente pregunta

5.2. No Pasar a la pregunta 7

ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR FRENTE A LA NORMA TÉCNICA DEL ETIQUETADO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS QUE CONTIENEN COMPONENTES TRANSGÉNICOS EN LA CIUDAD DE QUITO

6. ¿Usted ha dejado de consumir algún producto a partir del nuevo etiquetado en donde se indica que contiene componentes transgénicos?

- 6.1 Sí
- 6.2 No

7. ¿Conoce usted los beneficios de los alimentos transgénicos?

- 7.1. Sí
- 7.2. No

8 ¿Conoce usted las desventajas de los alimentos transgénicos?

- 8.1. Sí
- 8.2. No

9. ¿Está de acuerdo con que los alimentos deben ser modificados genéticamente para obtener características precisas?

- 9.1. Sí
- 9.2. No

10. ¿Cree que los alimentos transgénicos tienen alguna consecuencia o efecto?

- 10.1. Sí Pase a la siguiente pregunta
- 10.2. No Pase a la pregunta 12

11. ¿Cuál de estas consecuencias cree usted que los alimentos transgénicos producen en nuestra vida? (Escoja un factor)

- 11.1. Contaminación ambiental
- 11.2. Problemas sanitarios
- 11.3. Enfermedades en el organismo
- 11.4. Contaminación genética

12. ¿Acostumbra a leer la información de las etiquetas y envases?

- 12.1. Sí
- 12.2. No

13. ¿Influye la información del envase o etiqueta de los productos que compra?

- 13.1. Sí
- 13.2. Según el tipo de alimento
- 13.3. No

ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR FRENTE A LA NORMA TÉCNICA DEL ETIQUETADO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS QUE CONTIENEN COMPONENTES TRANSGÉNICOS EN LA CIUDAD DE QUITO

14. Al momento de escoger un producto, ¿qué importancia le da a los siguientes aspectos?

Características	Poco importante	Algo importante	Importante	Muy importante
14.1. Diseño y presentación del envase o empaque				
14.2. Tabla nutricional				
14.3. Precio				
14.4. Marca				
14.5. Indicaciones de uso y/o preparación				
14.6. Imagen de la etiqueta				
14.7. Ingredientes/componentes				
14.8. Fecha de caducidad				

15. Cuando compra, ¿en qué clase de alimentos influye más el etiquetado? (Escoja los que considere convenientes)

- | | | | |
|---|--------------------------|---------------------------|--------------------------|
| 15.1. Lácteos | <input type="checkbox"/> | 15.7. Platos precocinados | <input type="checkbox"/> |
| 15.2. Aceites y mantequillas | <input type="checkbox"/> | 15.8. Conservas | <input type="checkbox"/> |
| 15.3. Congelados | <input type="checkbox"/> | 15.9. Bebidas | <input type="checkbox"/> |
| 15.4. Cereales | <input type="checkbox"/> | 15.10. Galletas | <input type="checkbox"/> |
| 15.5. Productos dietéticos | <input type="checkbox"/> | 15.11. Zumos | <input type="checkbox"/> |
| 15.6. Otro <input type="checkbox"/> (Por favor especifique) _____ | | | |

16. ¿Le gustaría tener mayor información sobre los alimentos transgénicos?

- 16.1. Sí **Pase a la siguiente pregunta**
 16.2. No **Fin de la encuesta**

17. ¿A través de qué medio le gustaría obtener esta información?

- 17.1 Televisión
 17.2 Correo electrónico
 17.3 Publicidad en el punto de venta
 17.4 Redes sociales

¡Gracias por su colaboración!

ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR FRENTE A LA NORMA TÉCNICA DEL ETIQUETADO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS QUE CONTIENEN COMPONENTES TRANSGÉNICOS EN LA CIUDAD DE QUITO

Anexo B.- Barrios totales del sector norte del Distrito Metropolitano de Quito

	Barrios norte de Quito	Hogares por barrio
1	AREA DE PROTECCIÓN	178
2	AREA PROTECCIÓN	102
3	EJIDO	332
4	GUAPULO	1.152
5	ITCHIMBIA	1.074
6	JULIO MORENO D.	1.576
7	LA ALAMEDA	506
8	LA TOLA BAJA	1.983
9	LA VICENTINA	2.038
10	PALUCO B	281
11	SANTA LUCICIA 2	1.656
12	PROTEC ICHIMBIA	393
13	GONZALES SUAREZ	100
14	AMÉRICA	1.994
15	EL PLACER	459
16	EL TEJAR	1.446
17	LA CHILENA	1.342
18	LA INDEPENDENCIA	1.782
19	LARREA	888
20	MIRAFLORES BAJO	402
21	MIRAFLORES ALTO	661
22	PAVON GRIJALVA	1.312
23	S_SALVADOR	631
24	SAN JUAN	3.527
25	TOCTIUCO	1.657
26	PROTEC. SAN JUAN	475
27	CDLA UNIVERSITAR	103
28	COND.S PICHINCHA	280
29	EL ARMERO	117
30	LA GASCA	1.924
31	LA GRANJA	1.073
32	LA PRIMAVERA	1.049
33	LAS CASAS	2.236
4	LAS CASAS BAJO	2.139
35	MARIANA DE JESUS	1.289
36	MIRAFLORES	389
37	PAMBACHUPA	1.594
38	S CLARA S_MILAN	668
39	S_CLARA S_MILAN	1.073
40	S_VICENTE	670
41	PROTEC. BELISARI	657
42	LA COLON	609

ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR FRENTE A LA NORMA TÉCNICA DEL ETIQUETADO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS QUE CONTIENEN COMPONENTES TRANSGÉNICOS EN LA CIUDAD DE QUITO

	Barrios norte de Quito	Hogares por barrio
43	LA FLORESTA	2.106
44	MARISCAL SUCRE	2.337
45	ANA LUISA	606
46	BATAN ALTO	662
47	BATAN BAJO	1.070
48	BATAN BAJO	807
49	BELLAVISTA	1.350
50	BELLAVISTA ALTO	936
51	BENALCAZAR CD	1.951
52	EL BATAN	1.569
53	ESTADIO ATAHUALP	824
54	GONZALES SUAREZ	1.440
55	IÑAQUITO	746
56	JARDINES DEL BAT	507
57	LA CAROLINA	803
58	LA PAZ	1.295
59	LA PRADERA	497
60	LA REPUBLICA	1.271
61	P.LA CAROLINA	66
62	PROTEC.BELLAVIST	290
63	CHAUPICRUZ	523
64	COLINA PICHINCHA	147
65	GRANDA CENTENO	1.369
66	IÑAQUITO ALTO	200
67	LIFE	303
68	NINGUILLA	68
69	PROF MUNICIPALES	439
70	QUITO TENIS G.C	746
71	RUMIPAMBA	1.020
72	S_GABRIEL	1.268
73	TENNIS CLUB	1.788
74	UNION NACIONAL	1.094
75	VOZ DE LOS ANDES	878
76	PROTEC. RUMIPAMB	154
77	6 DE DICIEMBRE	919
78	CAMPO ALEGRE	477
79	EL INCA	2.129
80	EL INCA	379
81	GABRIEL MARINA	149
82	JIPIJAPA	1.246
83	LAS BROMELIAS	790
84	LOS LAURELES	843
85	MONTESERRIN	1.024
86	PROTEC.JIPIJAPA	143
87	S_JOSE INCA	2.700
88	ZALDUMBIDE	1.190

ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR FRENTE A LA NORMA TÉCNICA DEL ETIQUETADO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS QUE CONTIENEN COMPONENTES TRANSGÉNICOS EN LA CIUDAD DE QUITO

	Barrios norte de Quito	Hogares por barrio
89	ANA MARIA BAJO	259
90	ATUCUCHO	3.061
91	BELLAVISTA	1.315
92	COCHAPAMBA NORTE	1.081
93	COCHAPAMBA SUR	768
94	CORDILLERA	709
95	EL BOSQUE	1.027
96	EL PEDREGAL	138
97	EL PINAR ALTO	878
98	EL PORVENIR	775
99	LA PULIDA	2.077
100	PABLO ART SUAREZ	438
101	RUPERTO ALARCON	154
102	S_CARLOS VENCEN	713
103	S_FERNANDO	845
104	S_LORENZO	347
105	S_VICENT FLORIDA	827
106	UNION NACIONAL	253
107	PROTEC. COCHAPAM	589
108	ANA MARIA	209
109	AEREONAUTICO	555
110	AEROPUERTO	47
111	AEROPUERTO	349
112	ANDALUCIA	862
113	BETANIA	506
114	EL PINAR BAJO	464
115	EL ROSARIO	245
116	FELIX RIVADENEIRA	125
117	FRANKLIN TELLO	232
118	LA CONCEPCION	633
119	LA FLORIDA	754
120	MALDONADO	215
121	MEXTERIOR	510
122	OMNIBUS URBANO	1.003
123	S_CARLOS	1.506
124	S_CARLOS MULTIF	778
125	S_PEDRO CLAVEL	1.055
126	S_PEDRO CLAVERI	657
127	BAKER	799
128	CALIFORN BONANZA	1.556
129	COFAVI	1.046
130	COOP.MONSERRAT	333
131	DAMMER	816
132	DAMMER 1	744
133	DAMMER 2	287
134	JULIO MATOVELLE	933

ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR FRENTE A LA NORMA TÉCNICA DEL ETIQUETADO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS QUE CONTIENEN COMPONENTES TRANSGÉNICOS EN LA CIUDAD DE QUITO

	Barrios norte de Quito	Hogares por barrio
135	LA KENNEDY	1.567
136	LA LUZ	2.080
137	LA VICTORIA	1.429
138	LAS ACACIAS	1.441
139	LUCIA ALBAN DER.	620
140	RODRIGUEZ AGUIRR	2.087
141	RUMINIAHUI	1.915
142	S ISIDRO INCA	3.710
143	STA.LUCIA ALTA	395
144	BELLA AURORA	513
145	BUENOS AIRES	1.912
146	EL EDEN	507
147	HOSPITAL SOLCA	386
148	JARDINES DEL INC	273
149	LA VICTORIA	2.548
150	NTR. MADRE MERCE	557
151	QUINTANA	789
152	S FELIPE	84
153	S MIGUEL AMAGASI	3.257
154	SIN NOMBRE 37	339
155	UNION Y PROGRESO	694
156	23 JUNIO BARRIO	1.404
157	BELLAVISTA ALTA	452
158	COTOCOLLAO	1.473
159	LOMA HERMOSA	355
160	LOS TULIPANES	1.314
161	QUITO NORTE	2.595
162	S JOSE DE JARRIN	1.109
163	THOMAS	979
164	AGUA CLARA	1.973
165	AREA VERDE	148
166	C.T CONTRALORIA	295
167	CARCELEN FV PONC	876
168	DELIC 1 PLAZA GY	1.003
169	EL ROCIO	511
170	LA OFELIA	1.639
171	LOS CIPRESES	102
172	MARISOL	1.428
173	MONGE DONOSO	102
174	NAZARETH	2.614
175	PONCIANO ALTO	313
176	PONCIANO BAJO	1.368
177	PRADOS DEL OESTE	607
178	S JOSE CONDADO	2.038
179	SAN EDUARD	795
180	SIN NOMBRE 80	410

ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR FRENTE A LA NORMA TÉCNICA DEL ETIQUETADO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS QUE CONTIENEN COMPONENTES TRANSGÉNICOS EN LA CIUDAD DE QUITO

	Barrios norte de Quito	Hogares por barrio
181	AREA VERDE	436
182	BELLAVI CARRETAS	575
183	CARRETAS	479
184	COLLALOMA 9 DE J	586
185	COMITE DEL PUEBL	8.341
186	CRISTINIA 2	813
187	LA BOTA	1.875
188	STA.LUCIA BAJA	112
189	CAMINOS LIBERTA	1.689
190	COL MILITAR PARY	317
191	COLINAS DEL NORT	669
192	CONSEJO PROVINCI	1.111
193	EL CONDADO	1.296
194	JAIME ROLDOS	3.001
195	JUSTICIA SOCIAL	358
196	LA CAMPINIA	250
197	MENA DEL HIERRO	884
198	PISULI	2.929
199	QUITO TEN G.CLUB	86
200	RANCHO ALTO J.P	169
201	RANCHO BAJO	473
202	RANCHO S_ ANTONIO	5.225
203	S_ENRIQUE VELASC	875
204	S_JOSE OBRERO	240
205	STA.ANITA ALTA	948
206	STA.ISABEL	1.126
207	STA.ROSA SINGUNA	124
208	PROTEC. CONDADO	1.580
209	HDA SANTA MARIA	473
210	IRA ZONA AEREA	273
211	BALCON DEL NORTE	236
212	CAMINO EUCALIPTO	808
213	CARCELEN BAJO	3.535
214	CARCELEN BEV	3.665
215	CARCELEN LIBRE	141
216	CORAZON DE JESUS	2.527
217	ESPERANZA BAR	153
218	LA FLORESTA	747
219	LA JOSEFINA	510
220	PRESIDENCIA REPU	86
221	MASTODONTES	1.009
222	PUSUQUI CHICO BJ	437
223	SIN NOMBRE35	351
224	S FRANCISCO NORT	509
225	PROTEC.QUEBRADA	733
	Total	226.175

ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR FRENTE A LA NORMA TÉCNICA DEL
ETIQUETADO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS QUE CONTIENEN COMPONENTES
TRANSGÉNICOS EN LA CIUDAD DE QUITO

Fuente: Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda. (2010). *Población e indicadores 2010*. Recuperado de:
http://sthv.quito.gob.ec/images/indicadores/Barrios/demografia_barrio10.htm

Elaborado por: la Autora.

Observación: De los 225 barrios se escogieron los 23 barrios más representativos, siguiendo la metodología de investigación.