

Capítulo 19. Demanda de productos alimenticios inocuos en Jalisco

Arline Grajales Díaz

Universidad de Guadalajara

DOI: [10.46990/iQuatro.2025.04.20.19](https://doi.org/10.46990/iQuatro.2025.04.20.19)

Resumen

El objetivo del estudio fue analizar la relación entre la inocuidad alimentaria y la demanda de productos en Jalisco. Se realizó una investigación cuantitativa transeccional con una muestra de 302 personas mayores de 15 años del estado. Los hallazgos indican que las certificaciones y la apariencia visual de los alimentos son los principales factores que influyen en la demanda de productos alimenticios en el estado.

Palabras clave

Demanda de alimentos, Inocuidad alimentaria, Jalisco

Introducción

La inocuidad de los alimentos es fundamental para garantizar la seguridad alimentaria y proteger la salud de los consumidores, lo que subraya la importancia de investigaciones en este campo (Ladaru, 2011; Simão et al., 2022; Sponte, 2014). En las últimas décadas, se ha observado un aumento en la conciencia sobre la inocuidad alimentaria en los países desarrollados, donde la demanda de productos seguros y de calidad es alta. Sin embargo, en los países en desarrollo, que constituyen la mayoría del mundo, esta conciencia es menos prevalente, lo que presenta un desafío significativo para la salud pública (OMS, 2020).

Sabemos que la calidad y la inocuidad alimentaria están interrelacionadas, y la atención mundial se ha enfocado en mejorar estos aspectos para prevenir enfermedades transmitidas por alimentos (ETAS), que representan un riesgo importante para la salud (Jumabayeva et al., 2023). La falta de sistemas efectivos que garanticen la inocuidad de los alimentos no solo pone en peligro la salud de los consumidores, sino que también limita el crecimiento de las empresas que buscan acceder a mercados nacionales e internacionales a través de certificaciones de calidad (Stanojević, 2022; Zhou et al., 2019).

A pesar de las regulaciones implementadas en México sobre seguridad alimentaria, la literatura muestra que existe un vacío en la comprensión de la conciencia sobre la inocuidad y la sostenibilidad, particularmente en estados como Jalisco, donde persisten problemas graves de inocuidad, como la contaminación por pesticidas y la falta de medidas sanitarias adecuadas durante la manipulación de alimentos (de la Rosa Domínguez, 2018; Lobato Belmont & Juárez Hernández, 2019). Este vacío es significativo porque afecta directamente a la salud de la población, especialmente a los grupos vulnerables, y contribuye a la baja adopción de certificaciones de calidad en el sector alimentario (COFEPRIS, 2016).

El objetivo de esta investigación es estudiar la relación entre la inocuidad alimentaria y la demanda de productos en Jalisco. Se busca analizar cómo factores como el género, la edad y el nivel educativo influyen en las decisiones de compra y en el consumo de alimentos, proponiendo que estas variables sociodemográficas, junto con la percepción de inocuidad, juegan un papel crucial en la demanda de productos alimenticios. El estudio se estructura en varias secciones que incluyen una introducción, una revisión de la literatura, una descripción del método, los resultados, y una discusión y conclusiones que abordan los hallazgos clave de la investigación.

Revisión de la Literatura

La inocuidad y la certificación empresarial

La importancia de la inocuidad alimentaria y las certificaciones en las empresas alimentarias ha sido ampliamente estudiada desde diversas perspectivas. Estudios recientes como el de González Sullá (2021), Araya-Pizarro & Pizarro (2020) y Ordoñez et al. (2020) han demostrado que la implementación de certificaciones no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también permite a las empresas ofrecer productos a un precio premium, justificando así la inversión en inocuidad. Esto es crucial para empresas en mercados competitivos, donde la diferenciación basada en calidad e inocuidad puede ser decisiva para acceder a nuevos mercados nacionales e internacionales (Mejía Dietrich & Vaquerano Benavides, 2015; González Sullá, 2021).

En el contexto latinoamericano, la investigación se ha centrado en la relación entre la decisión de compra y la percepción de inocuidad en productos específicos como el aceite de oliva y productos cárnicos (Araya-Pizarro & Pizarro, 2020; Casellas & Rodríguez, 2017). En México, los estudios han examinado esta relación en estados como Chiapas y Puebla, revelando que el precio sigue siendo un factor determinante debido a los ingresos bajos de gran parte de la población (González Sullá, 2021). Esto indica un vacío en la investigación sobre cómo otros factores, como las certificaciones y la percepción de inocuidad, influyen en la decisión de compra en diferentes segmentos de la población.

La elección de alimentos por parte del consumidor

Según Kotler & Armstrong (2013), las decisiones de consumo se basan en una jerarquía de necesidades, donde los alimentos ocupan un lugar primordial debido a su carácter esencial. En México, se observa que los consumidores destinan una parte significativa de sus ingresos al consumo de alimentos, lo que refleja la importancia de este sector en la economía nacional (el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), 2023). Sin embargo, a pesar de que el precio es un factor clave, no es el único que afecta la demanda. Factores como el ingreso, la cantidad de compradores en el mercado y las creencias culturales también desempeñan un papel importante (Varian, 2010; Kotler & Armstrong, 2013).

La pirámide de Maslow, adaptada al contexto de la inocuidad alimentaria, sugiere que, además de satisfacer necesidades fisiológicas básicas, la inocuidad es fundamental para garantizar la seguridad del consumidor y generar confianza en las marcas y empresas (ver Figura 19.1). Esta confianza se traduce en una demanda sostenida y en el cumplimiento de las expectativas sensoriales de los alimentos.

Figura 19.1

Pirámide de Maslow de necesidad de alimentos e inocuidad.



Fuente: elaboración propia basado en la literatura consultada.

Además, un modelo teórico de demanda agregada tipo Cobb-Douglas adaptado para incluir la inocuidad sugiere que las certificaciones y la impresión visual de los productos, junto con el precio, el ingreso y las regulaciones, son determinantes clave de la demanda (Varian, 2010; Arrufat, 1991). Este modelo justifica la inclusión de variables de inocuidad en los estudios de demanda, destacando su relevancia en la toma de decisiones de los consumidores.

Metodología

Se parte de una investigación cuantitativa con un alcance exploratorio-explicativo de diseño no-experimental con datos de corte transversal. Se diseñó un cuestionario ad hoc basado en cinco dimensiones (Elementos) que se muestran en la Tabla 19.1, tomando como base la literatura que enfatiza la demanda de productos y la inocuidad de los alimentos desde la certificación, la impresión visual y las regulaciones.

Tabla 19.1

Demanda de productos alimenticios y la Inocuidad

Variable	Elementos	Atributos	Autores
Demanda	Patrón de consumo	Comportamiento de compra	Nadal (2010)
		Búsqueda previa de información	Temporelli (2020)
		Disposición a pagar más	Rico (2005)
		Deja de comprar por falta de inocuidad	
	Decisión de compra	Preocupaciones sobre inocuidad	García Granda y Gastulo Chuzón (2018)
		Certificación como decisor	Gonzáles Sulla (2021)
		Consumo anterior de productos certificados	Manzuoli (2005)
Inocuidad	Certificaciones	Confianza en certificaciones	Boudiche et al. (2022)
		Seguridad de las certificaciones	Cicia et al. (2011)
	Impresión visual	Importancia de la inocuidad	Headey et al. (2019)
			Khromushyna et al. (2018)
		Revisión de etiquetado	Tarazona Bermudez et al. (2021)
	Regulaciones	Más regulaciones	Fernando et al., (2015)
			Garcia Martinez et al., (2007)
			Toleugaliyeva et al., 2021)

Fuente: Elaboración propia con base en literatura consultada.

Se reconoce que la demanda de un producto alimenticio depende de múltiples factores, para este trabajo se consideraron las siguientes: importancia de la inocuidad, la revisión del etiquetado, la preferencia por productos que muestren su certificación, el nivel de certeza de que los productos certificados son más seguros, y el nivel de confianza en las certificaciones, motivo por el cual se realizaron las estimaciones en un modelo Logit y Probit ordinal u ordenado, con esto establecido, se plantea el modelo presentado en la ecuación 1.

$$\text{logit}(P(\text{CerInfCom} \leq j)) = \alpha_j - (\beta_1 \text{ImpIno} + \beta_2 \text{XRevEti} + \beta_3 \text{ComProdCer} + \beta_4 \text{SegProdCer} + \beta_5 \text{ConfCer}) \dots\dots\dots 1$$

Donde

CerInfCom: las certificaciones definen la compra del alimento

ImpIno: Importancia de la inocuidad

RevEti: Revisión de etiquetado

ComProdCer: Compra productos certificados

SegProCer: Percepción de seguridad de alimentos certificados

ConfCer: Nivel de confianza en las certificaciones

β : Coeficientes para las variables predictoras

α_j : intercepto específico para el punto de corte j

Para obtener la información necesaria para el modelo planteado se aplicó el instrumento denominado “Encuesta sobre inocuidad y decisión de consumo”, el cual contó con una sección de datos de identificación del encuestado, además de dos secciones de contenido temático, denominadas “demanda” con ocho indicadores e inocuidad con cuatro. El instrumento fue validado por un experto metodológico y uno temático. En lo que respecta al diseño muestral se tomó una muestra a conveniencia tratando de cumplir lo más posible en la cantidad requerida para representatividad estadística (nivel de confianza de 95% y margen de error del 6% queda una muestra de 267), la cual fue aplicada de manera digital y presencial en el estado de Jalisco, detallando el diseño en la Tabla 19.2.

Tabla 19.2

Ficha técnica del estudio

Tipo de investigación	Cuantitativa con alcance exploratorio-correlacional
Tipo de muestreo	Aleatorio
Método de levantamiento	Digital Cara a cara
Criterios de inclusión	Personas mayores a 15 años
Operativo de campo	Marzo-abril de 2024
Tamaño de muestra	302
Marco muestral	Se aplicó a personas que residieran en Jalisco.
Software	SPSS v25 y STATA 18

Fuente: Elaboración propia

La muestra estuvo conformada por 40% hombres y 60% mujeres, el 50.38% se encontraban en un rango de edad de entre 18 a 24 años, 21.31% de 25 a 34 años, 11.74% de 35 a 44 años, 8.33% se encontraban en un rango de 45 a 54 años. El 57.58% terminó la licenciatura, 32% tenía preparatoria terminada. El 40.15% eran estudiantes y 36% empleados. El 70.83% pertenecía a la Zona metropolitana de Guadalajara. Finalmente se plantean las siguientes hipótesis de trabajo: H1: Las variables sociodemográficas como el género, la edad y el nivel de estudios se relacionan con la demanda de alimentos y la inocuidad. H2: La inocuidad de los productos repercute en la decisión de compra de productos alimenticios

Resultados

En esta sección se presentan los resultados de la investigación, los cuales se dividirán en descriptivos y frecuencias, contingencias, correlaciones y el modelo de demanda. Antes de pasar al análisis de datos, es importante destacar que se llevó a cabo una prueba de validez estadística con el alfa de Chronback, la cual dio un resultado de 0.76, lo cual de acuerdo con Castillo (2023), es un valor que indica una buena consistencia interna entre los ítems. Esto sugiere que las preguntas están midiendo de manera coherente un mismo constructo.

Percepción de la importancia y confianza en la inocuidad alimentaria

Para este análisis y debido a la naturaleza del instrumento de medición que utilizó medidas nominales y ordinales, para la estadística descriptiva, aunque se pueden sacar medias, lo más adecuado es analizar la moda y la mediana de los datos. Como se observa en la tabla 1 la mayoría de los encuestados consideran que la inocuidad es muy importante al momento de realizar la compra (moda) y revisan regularmente las etiquetas de los alimentos antes de comprarlos. Además de esto un porcentaje alto (86%) de las personas han dejado de consumir alimentos por falta de inocuidad. Dentro de esto, las tres principales razones para dejar de consumir fueron la fecha de caducidad, la ausencia de sellos y un etiquetado confuso.

Se destaca también que hay una preferencia a consumir regularmente alimentos que cuenten con una certificación y que estos son más seguros al momento de consumir alimentos. Estos dos resultados se ven corroborados ya que en general los encuestados consideran que las certificaciones son confiables (moda y mediana de 4), no obstante, pese a que esta fue la respuesta más común, la segunda respuesta implicaban una actitud neutral ante las certificaciones, es decir, un porcentaje importante (36%) tienen una postura neutral en cuanto a la confianza que les generan los sellos que garantizan la inocuidad.

Tabla 19.3

Resultados descriptivos de los indicadores de demanda e inocuidad

Indicador	Media	Mediana	Moda	Desviación	Varianza
Importancia de la inocuidad	4.46	5.00	5	0.750	0.563
Revisión de etiquetas	3.81	4.00	4	0.986	0.971
Deja de comprar por falta de inocuidad		1.00	1	0.352	0.124
Preferencia por productos certificados	4.16	4.00	5	0.869	0.755
Productos certificados son más seguros		1.00	1		
Confianza en certificaciones	3.48	4.00	4	0.927	0.859
Disposición a pagar más		3.00	3	0.704	0.495
Certificaciones definen mi compra		1.00	1		
Busca información previa de inocuidad		2.00	1		
Más regulaciones de inocuidad por parte de autoridades		1.00	1		
Experiencia previa consumiendo productos certificados	3.94	4.00	4	0.684	0.468

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados obtenidos.

En general, las personas que participaron en este estudio estarían dispuestas a pagar un poco más por alimentos que garanticen su seguridad. Aunado a esto, alrededor del 61% consideran que las certificaciones de calidad definen si compran o no un alimento. Alrededor del 45% siempre hacen una búsqueda previa de información sobre la inocuidad del alimento de interés, y el 41.67% hace la búsqueda en algunas ocasiones dependiendo del producto, algo a destacar en este punto es que solo el 13.26% no hacen ningún tipo de búsqueda antes de llevar a cabo la compra. Por otra parte, alrededor del 90% (moda 1) declaró que es necesario que el gobierno implemente una mayor regulación y control en temas de inocuidad.

Relación entre características demográficas y percepción de la inocuidad

Para corroborar los dos objetivos específicos de esta investigación, se realizó un análisis de tablas cruzadas utilizando el estadístico chi-cuadrado, evaluando las variables de género, edad y nivel de estudios en relación con los indicadores de demanda e inocuidad. Los resultados mostraron que la inocuidad es un factor crucial en la decisión de compra, independiente del género, edad o nivel educativo. En particular, el 60% de los encuestados consideró la inocuidad como muy importante y el 27% como importante. La prueba de chi-cuadrado confirmó que no existe una relación significativa entre estas variables y la percepción de la inocuidad (Ver Tabla 19.4).

Tabla 19.4

Correlaciones entre factores género, edad y nivel de estudios con factores de demanda e inocuidad

Var	Edad						Género						Total por Educación		
	15-24			Mayores de 25			Femenino			Masculino					
	F r e (%)	X2	P-Valor	F r e (%)	X2	P-Valor	F r e (%)	X2	P-Valor	F r e (%)	X2	P-Valor	F r e (%)	X2	P-Valor
E x - pPrev	80.68	17.34	0.36	19.32	0.60	0.96	58.71	14.16	0.29	41.29	13.68	0.32	100	14.72	0.55
CerDe-fCom	80.68	4.77	0.78	19.32	3.41	0.49	58.71	6.26	0.62	41.29	8.95	0.35	100	5.30	0.72
D i s - pPag-Mas	80.68	10.39	0.58	19.32	6.91	0.33	58.71	6.60	0.88	41.29	14.33	0.28	100	11.88	0.46
P r e - fProdI-no	80.68	12.88	0.68	19.32	10.48	0.23	58.71	12.41	0.72	41.29	10.98	0.81	100	14.55	0.56
D e j - ConsI-no	80.68	2.33	0.68	19.32	4.80	0.09	58.71	0.24a	0.99	41.29	0.64b	0.96	100	0.45	0.98
ImpIno	80.68	13.54	0.33	19.32	6.19	0.19	58.71	19.33	0.08	41.29	7.71	0.81	100	18.12	0.11

Fuente: Elaboración propia basado en los datos obtenidos.

Nota: Fre: Frecuencia; Var: Variable; ExpPrev: Experiencia previa consumiendo productos certificados; CerDefCom: La certificación define la compra; DisPagMas: Disposición a pagar más por productos inocuos; PrefProdI-no: Preferencia por productos inocuos; Dej-ConsI-no: Dejan de consumir por falta de inocuidad; ImpI-no: Importancia que tiene la inocuidad para el encuestado.

Se realizó un análisis adicional para determinar si la edad, educación y género influían en la decisión de dejar de consumir alimentos por falta de inocuidad. No se encontró una relación significativa entre género y nivel de estudios con la decisión de no comprar alimentos. Sin embargo, se observó una posible relación entre la edad y la decisión de no comprar por falta de inocuidad, especialmente entre los mayores de 25 años, aunque esta relación se desestimó debido al bajo recuento de casillas.

Esta falta de relación con los sociodemográficos se mantuvo constante para otras variables, como la preferencia por productos certificados, donde el 80% de los encuestados mostró una preferencia por alimentos con certificación de inocuidad. En cuanto a la disposición a pagar más por alimentos inocuos, el 67% de los encuestados estaba dispuesto a pagar un poco más, el 14% mucho más, y solo el 13% no estaba dispuesto a pagar más. Nuevamente, no se encontró una relación significativa entre esta disposición y los sociodemográficos. Finalmente, el 61% de los encuestados consideró que las certificaciones son determinantes en su decisión de compra, sin que las variables sociodemográficas tuvieran un impacto significativo en esta percepción.

Relación entre percepción de inocuidad y hábitos de compra

Para verificar si efectivamente hay una relación entre los indicadores de demanda con los de la inocuidad, se llevó a cabo un análisis de correlación de Pearson, se encontró que la confianza en las certificaciones se relaciona positiva y significativamente con la preferencia de alimentos certificados, la definición de compra por la certificación, la disposición a pagar más por la inocuidad, con la experiencia previa consumiendo alimentos certificados y la búsqueda previa de información sobre la inocuidad, estos datos se encuentran de manera más detallada en la Tabla 19.5.

De igual forma, la percepción de que los productos alimenticios que cuentan con certificaciones son más seguros, se relaciona positiva y significativamente con la revisión del etiquetado, el no consumo por falta de inocuidad, la preferencia por productos certificados, con la definición de la compra debida a las certificaciones de inocuidad, la disposición a pagar más por productos inocuos, las experiencias previas consumiendo alimentos certificados, y con la búsqueda de información.

Tabla 19.5

Correlaciones entre factores de inocuidad con decisión de compra

	Conf- Cer	Prod- Cer- Seg	ImpI- no	Mas- Reg	RevEti	No- Cons- FalIno	Pref- Cer	Cer- Def- Com	Dis- pPag- Mas	Ex- pPrev	Bu- sInfo	Gas- toA- lim
ConfCer	1											
ProdCer- Seg	.257**	1										
ImpIno	.177**	.211**	1									
MasReg	.153**	.305**	.205**	1								
RevEti	.202**	.150**	.531**	.216**	1							
NoCons- FalIno	0.086	.159**	.347**	.214**	.304**	1						
PrefCer	.280**	.301**	.333**	.283**	.480**	.300**	1					
CerDef- Com	.178**	.284**	.312**	.241**	.373**	.321**	.442**	1				
DispPag- Mas	.267**	.226**	0.092	.138*	.147*	0.074	.275**	.239**	1			
ExpPrev	.240**	.215**	.183**	.317**	.294**	.121*	.392**	.304**	.243**	1		
BusInfo	.178**	.257**	.279**	.142*	.369**	.175**	.431**	.488**	.252**	.329**	1	
GastoAlim	0.097	0.043	.128*	0.085	.196**	0.071	.150**	.153**	0.076	.184**	.145*	1

Fuente: Elaboración propia basado en los resultados obtenidos

Notas: * y ** reportan niveles de significancia del 5% y 1% respectivamente.

De manera general se encontró que las relaciones son positivas y significativas entre los factores que integran a la inocuidad con los de demanda de productos, lo cual es importante, ya que esta relación nos indica que puede haber una razón explicativa entre estos factores, con esto en mente, se procede a evaluar el modelo de demanda e inocuidad de alimentos.

Influencia de la inocuidad en la demanda de alimentos inocuos

Finalmente, se generó un modelo de regresión tanto logit como Probit ordinal, que trata de explicar la variable CerInfCom (las certificaciones definen la compra del alimento) como variable dependiente, y variables independientes se utilizaron ImpIno (importancia de la inocuidad), RevEti (Revisión de etiquetado), ComProdCer (Compra productos certificados), SegProCer (percepción de seguridad de alimentos certificados y ConfCer (nivel de confianza en las certificaciones). En la Tabla 19.6 se encuentran los resultados de las regresiones, en ambos modelos planteados se encontró que nuestro modelo pasa la prueba LR Chi2 con una significancia de 1%. Tenemos valores de una Pseudo R2 de 0.17 y 0.16 para el logit y probit. Los valores cut1 y cut2 actúan como umbrales para las categorías de la variable dependiente “CerInfCom”. El valor cut1 es el límite entre la categoría más baja y la intermedia, mientras que /cut2 es el límite entre la categoría intermedia y la más alta.

Tabla 19.6

Modelo de regresión Logit y Probit de la Decisión de compra por inocuidad

CerInfCom	Logit ordinal		Probit Ordinal	
Obs	301		301	
LR chi2	85.45	***	81.8	***
Pseudo R2	0.1715		0.1641	
Variables independientes				
ImpIno	0.3133924		0.1762178	
RevEti	0.3638523	**	0.2206677	**
CompProdCer	0.8383332	***	0.451878	***
SegProCer	0.6431399	**	0.351047	**
ConfCer	0.026832		0.0211251	
/cut1	4.484753		2.540723	
/cut2	7.710687		4.288582	

Fuente: Elaboración propia en base a los datos obtenidos de la fase de campo.

Nota: *, **, ***, indican niveles de significancia de 10, 5 y 1% respectivamente.

Las variables más significativas del modelo son: CompProdCer, RevEti, y SegProCer, con una significancia de 1% en el primer caso y del 5% en las otras dos. Tomando estos datos en cuenta, y destacando que el modelo logit tiene mejor ajuste (valor de pseudo R²), se decide tomar para representar este modelo para formar las ecuaciones Logit necesarias, las cuales se presentan en las ecuaciones 2 y 3. Siendo la primera que incluye el cut1 (a.1) y la segunda el cut2 (a.2).

$$\text{logit}(P(\text{CerInfCom} \leq 1)) = 4.4848 - (0.3134 \times \text{ImpIno} + 0.3639 \times \text{RevEti} + 0.8383 \times \text{CompProdCer} + 0.6431 \times \text{SegProCer} + 0.0268 \times \text{ConfCer}) \dots \text{Ecuación 2}$$

$$\text{logit}(P(\text{CerInfCom} \leq 2)) = 7.7107 - (0.3134 \times \text{ImpIno} + 0.3639 \times \text{RevEti} + 0.8383 \times \text{CompProdCer} + 0.6431 \times \text{SegProCer} + 0.0268 \times \text{ConfCer}) \dots \text{Ecuación 3}$$

Discusión

La investigación sobre la demanda de productos alimentarios inocuos en México ha sido limitada, dejando un vacío significativo en la comprensión de cómo los consumidores valoran la inocuidad en sus decisiones de compra (Araya-Pizarro & Pizarro, 2020; Casellas & Rodríguez, 2017; Gonzáles Sulla, 2021). Este estudio contribuye a llenar ese vacío al revelar que, en Jalisco, los consumidores valoran significativamente la inocuidad de los alimentos, independientemente de su edad, género o nivel educativo. Este hallazgo es consistente con las observaciones globales, donde la inocuidad alimentaria se está convirtiendo en una prioridad creciente para los consumidores, pero aporta datos específicos para un contexto mexicano donde tal información era escasa (Ordoñez et al., 2020).

El descubrimiento de que el 81% de los encuestados está dispuesto a pagar más por productos que ofrezcan mayor seguridad subraya una tendencia emergente que podría tener implicaciones importantes para las empresas alimentarias en Jalisco (Gonzáles Sulla, 2021). Este hallazgo refuerza la idea de que la inversión en la mejora de la inocuidad no solo es crucial para la salud pública, sino también para el éxito empresarial (Mejía Dietrich & Vaquerano Benavides, 2015). Las empresas que adopten certificaciones de inocuidad y mejoren sus procesos de producción podrían no solo cumplir con las expectativas de los consumidores, sino también diferenciarse en un mercado competitivo (García Granda & Gastulo Chuzón, 2018).

Además, se identificó que elementos como la revisión del etiquetado y la percepción visual de los productos tienen una influencia significativa en la demanda (Kotler & Armstrong, 2013). Esto sugiere que, aunque la concienciación sobre la inocuidad debe ser fortalecida, ya existe una base sólida de consumidores en Jalisco que valoran la transparencia

y la seguridad en los productos alimenticios. La percepción de la necesidad de una mayor intervención gubernamental en la regulación y supervisión de la inocuidad también es un aspecto clave que emerge de este estudio, destacando la importancia de políticas públicas más estrictas y efectivas (Lobato Belmont & Juárez Hernández, 2019).

Este estudio avanza en la comprensión de la dinámica entre la demanda de alimentos e inocuidad en Jalisco, un área previamente poco explorada. No obstante, se requiere una mayor investigación para explorar cómo las empresas alimentarias están respondiendo a estas demandas y cómo se puede mejorar la oferta de alimentos inocuos en la región y en el país (Peregrino Peña et al., 2018).

Conclusiones

Esta investigación proporciona una visión valiosa sobre la relación entre la inocuidad alimentaria y la demanda de productos en Jalisco. Se confirmó que los consumidores valoran significativamente la inocuidad, con un 81% dispuesto a pagar más por alimentos seguros, lo que sugiere que las empresas que inviertan en mejorar la seguridad de sus productos pueden obtener ventajas competitivas (González Sulla, 2021; Mejía Dietrich & Vaquerano Benavides, 2015). Además, se encontró que la revisión del etiquetado y la impresión visual de los productos son factores determinantes en las decisiones de compra, subrayando la importancia de la transparencia y la calidad visual en la percepción de los consumidores (Kotler & Armstrong, 2013).

Sin embargo, el estudio presenta algunas limitaciones. En primer lugar, la muestra estuvo limitada a un solo estado, lo que podría no reflejar completamente las percepciones y comportamientos en otras regiones de México. Además, aunque se exploró la disposición a pagar por alimentos inocuos, no se evaluó cómo los factores económicos, como el ingreso disponible, podrían influir en la capacidad real de los consumidores para pagar precios más altos (el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), 2023).

Futuras investigaciones podrían centrarse en ampliar este estudio a otras regiones de México para proporcionar una visión más completa del país. También sería beneficioso explorar cómo las empresas alimentarias están percibiendo y respondiendo a la creciente demanda de inocuidad, y cómo las políticas gubernamentales pueden influir en la adopción de prácticas de inocuidad más rigurosas (Lobato Belmont & Juárez Hernández, 2019). Además, se podrían realizar estudios longitudinales para evaluar cómo evolucionan las actitudes y comportamientos de los consumidores en relación con la inocuidad alimentaria a lo largo del tiempo (Arias López et al., 2021).

Referencias

- Araya-Pizarro, S. C., & Pizarro, C. R. A. (2020). Importancia de la certificación de calidad en la decisión de compra de productos agroalimentarios artesanales. *Innovar*, 30(77), 53–62. <https://doi.org/10.15446/INNOVAR.V30N77.87430>
- Arias López, J. G., Pérez Soto, D. A., Ortiz Magaña, D. S., Aguirre Ibañez, D. A., Martínez González, N. E., Pérez Montaña, J. A., Cabrera Díaz, E., Gutiérrez González, P., & Martínez Chávez, L. (2021). Presencia de *Salmonella* sp. y poblaciones de coliformes y *Escherichia coli* en agua, suelo, hojas y berries de unidades de producción en una región de interés comercial en Jalisco. *Avances de Investigación en Inocuidad de Alimentos*, 4, 1. <http://e-gnosis.udg.mx/index.php/inocuidad/article/view/269>
- Arrufat, J. L. (1991). *Técnicas Econométricas para Estimar Funciones de Demanda*. Universidad Nacional de Córdoba, 1, 2–20.
- Casellas, K. S., & Rodriguez, H. R. (2017). Aspectos de calidad e inocuidad de carne vacuna en puntos de venta minorista: percepción del consumidor. *La Industria cárnica latinoamericana*, 41(205), 6–16. <https://repositorio.inta.gob.ar/handle/20.500.12123/5035>
- Castillo, A. L. (2023). Validación de instrumento sobre actitudes de médicos pasantes de servicio social en el uso de telemedicina. *Revista de ciencias sociales*, 29(2), 186–198.
- Cicia, G., Cembalo, L., del Giudice, T., & Scarpa, R. (2011). The Impact of Country-of-Origin Information on Consumer Perception of Environment-Friendly Characteristics. *International Journal on Food System Dynamics*, 2(1), 106–111. <https://doi.org/10.18461/ijfsd.v2i1.218>
- COFEPRIS. (2016). Listado de empresas de alimentos certificadas | Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios | Gobierno | gob.mx. <https://www.gob.mx/cofepris/documentos/listado-de-empresas-de-alimentos-certificadas>
- de la Rosa Domínguez, Y. (2018). Implicaciones en la demanda de alimentos para consumo humano ante la presencia de alerta sanitaria en ellos. En M. A. Barrera Rojas, H. Salazar, & C. Ríos Díaz (Eds.), *Diseño, implementación y evaluación de políticas públicas. Estudios de caso en México y América Latina* (1a ed., Vol. 1, pp. 431–440). Universidad de Quintana Roo. https://www.researchgate.net/profile/Eduardo-Hernandez-3/publication/338988979_Politicasy_de_vivienda_en_Mexico_Herramientas_de_vulneracion_de_derechos_humanos/links/5e3782faa6fdccd96581b232/Politicasy-de-vivienda-en-Mexico-Herramientas-de-vulneracion-de-derechos-humanos.pdf#page=438
- García Granda, T. L., & Gastulo Chuzón, D. N. (2018). Factores que influyen en la decisión de compra del consumidor para la marca Metro - Chiclayo [Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. <http://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/1039>
- González Sulla, A. E. (2021). Comportamiento del consumidor y su proceso de decisión de compra. *El nuevo camino del consumidor. Gestión en el Tercer Milenio*, 24(48), 101–111. <https://doi.org/10.15381/gtm.v24i48.21823>

- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2023). Composición de las principales fuentes de ingreso corriente promedio trimestral por hogar, 2022. <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2023/ENIGH-E/ENIGH-E2022.pdf>
- Jumabayeva, A., Tuleubayeva, M., Kanagatova, D., Kunanbayeva, K., & Sekerova, A. (2023). Ensuring food security and competitiveness of the agro-industrial complex | Garantando a segurança alimentar e a competitividade do complexo agroindustrial. *Brazilian Journal of Food Technology*, 26. <https://doi.org/10.1590/1981-6723.07923>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). Fundamentos de marketing (M. del P. Costal Pérez, J. Cavazos Arroyo, & H. Aguirre Milling, Eds.; 11ª ed., Vol. 1). Pearson Educación.
- Ladaru, R. (2011). Implementation of system monitoring traceability - source of food products competitiveness growth. *Quality - Access to Success*, 12(SUPPL. 2), 801–806. Recuperado de: <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84866944354&partnerID=40&md5=ea4683088178527e79d03439e3d-9d07e>
- Lobato Belmont, G., & Juárez Hernández, L. G. (2019). El gerente de consultoría en inocuidad alimentaria. *Agroalimentaria*, 25(48), 69–87. Recuperado de: <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/agroalimentaria/article/view/15936>
- Manzuoli, J. P. (2005). Una visión renovadora sobre el proceso de decisión de compra. *Revista FCE*, 5(5). Recuperado de: <https://hopelchen.tecnm.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r85441.PDF>
- Mejía Dietrich, R. M., & Vaquerano Benavides, J. R. (2015). Percepción de los consumidores: Calidad, inocuidad y seguridad de productos alimenticios basados en la Ley de Protección al Consumidor. *Revista de la facultad de derecho*, 39, 177–198. Recuperado de: <http://www.scielo.edu.uy/pdf/rfd/n39/n39a08.pdf>
- OMS. (2020, abril 30). Inocuidad de los alimentos. Recuperado de: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/food-safety>
- Ordoñez, D., Calderón, J. H., Padilla, L. M., & Velasco, Á. (2020). Factores que inciden en la intención y decisión de compra de alimentos orgánicos en la ciudad de Santiago de Cali (Colombia). | *Revista Espacios* | EBSCOhost. *Revista Espacios*, 41, 41–62. Recuperado de: <https://openurl.ebsco.com/EPDB%3Agcd%3A10%3A3183786/detail-v2?sid=ebsco%3Aplink%3Ascholar&id=ebsco%3Agcd%3A161502413&crl=c>
- Peregrino Peña, I. Y., Pérez Villarreal, H. H., Mayett Moreno, Y., & Arvizu Barrón, E. (2018). Factores que influyen en la calidad y decisión de compra de carne res en Chiapas, México. *Nacameh*, ISSN-e 2007-0373, Vol. 12, No. 1, 2018, págs. 1-14, 12(1), 1–14. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6455291&info=resumen&idioma=SPA>
- Secretaria de Salud. (2024). Información relevante: enfermedades diarreicas agudas. Recuperado de: <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/907070/boletinEDA-sem12-2024.pdf>

- Simão, G. L., Wegener, M. K., & Antonialli, L. M. (2022). Competitiveness and capability in the last large remaining Australian dairy cooperative. *Journal of Co-operative Organization and Management*, 10(1). <https://doi.org/10.1016/j.jcom.2021.100163>
- Sponte, M. (2014). The role of young farmers in the sustainable development of the agricultural sector. *Quality - Access to Success*, 15(SUPPL.1), 410–413. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84897824910&partnerID=40&md5=325415e-676d289c11e58e9d807707313>
- Stanojević, N. (2022). Assessing Serbia's cereals export to the Middle East markets. *New Medit*, 21(2), 3–16. <https://doi.org/10.30682/nm2202a>
- Uauy, R. (2015). Desafíos para lograr una alimentación saludable y nutrición sustentable en América Latina. *Archivos Latinoamericanos de Nutrición*, 65(1). <https://www.alan-revista.org/ediciones/2015/suplemento-1/art-16/>
- Varian, H. R. (2010). *Microeconomía intermedia: Un enfoque actual* (M. E. Rabasco & L. Toharia, Eds.; 8a ed.).
- Zhou, J., Yang, Z., Li, K., & Yu, X. (2019). Direct intervention or indirect support? The effects of cooperative control measures on farmers' implementation of quality and safety standards. *Food Policy*, 86. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2019.05.011>