

UNIVERSIDAD LE CORDON BLEU



FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

CARRERA DE GASTRONOMÍA Y GESTIÓN EMPRESARIAL

RELACIÓN ENTRE LOS FACTORES SOCIOECONÓMICOS Y EL NIVEL DE CONSUMO DE LOS ASISTENTES A LA FERIA ECOLÓGICA DEL DISTRITO DE BARRANCO

Para optar el título profesional de:
Licenciada en Gastronomía y Gestión Empresarial

AUTOR

Berenice Huamaní Silva

ASESOR

Nanette Elizabeth Feraldo Devincenzi

Lima, Perú

2021



UNIVERSIDAD LE CORDON BLEU
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

TÍTULO DE LA TESIS:

“RELACIÓN ENTRE LOS FACTORES SOCIOECONÓMICOS Y EL NIVEL DE CONSUMO DE LOS ASISTENTES A LA FERIA ECOLÓGICA DEL DISTRITO DE BARRANCO”

AUTOR:

Nombres y apellidos: BERENICE HUAMANI SILVA

D.N.I Nº /C.E. Nº	72154724
Financiamiento	Investigación autofinanciada por Berenice Huamaní Silva
Ubicación geográfica	Región Lima Lima Metropolitana – distrito Barranco.
Duración de la investigación	Año 2019

ASESOR:

Nombres y apellidos	D.N.I Nº /C.E. Nº	Código ORCID
NANETTE ELIZABETH FERALDO DEVINCENZZI	25837040	000000015919-0177

JURADO EXAMINADOR:

Nombres y apellidos	Cargo	D.N.I Nº /C.E. Nº	Código ORCID
FILIBERTO FERNANDO OCHOA PAREDES	Presidente	07356267	0000000183439008
LUIS ALBERTO TARAMONA RUIZ	Primer Miembro	18080491	0000000176703210
NANETTE ELIZABETH FERALDO DEVINCENZZI	Segundo Miembro	25837040	0000000159190177



UNIVERSIDAD LE CORDON BLEU
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Lima, Distrito de Magdalena del Mar, a las 18:00 horas del día 28 del mes de mayo del año 2021, se reunió el Jurado Examinador de sustentación y defensa de la Tesis titulada **“Relación de los factores socioeconómicos y el nivel de consumo de los asistentes a la Feria Ecológica del distrito de Barranco”**, presentado por la bachiller **BERENICE HUAMANI SILVA** para optar el título profesional de Licenciada en Gastronomía y Gestión Empresarial; conformado por los profesores:

Presidente: Dr. Filiberto Fernando Ochoa Paredes

Primer Miembro: Dr. Luis Alberto Taramona Ruiz

Segundo Miembro: Lic. Nanette Elizabeth Feraldo Devincenzi

Instalado el Jurado Examinador, se procedió dar cumplimiento a las etapas:

- a. El Presidente del jurado invitó al sustentante a realizar su presentación por un tiempo no mayor de 30 minutos.
- b. Terminado la presentación de la Tesis, el jurado Examinador procedió a realizar preguntas sobre aquellos aspectos pertinentes para determinar los conocimientos sobre el tema y la ejecución de la tesis.
- c. Luego de escuchar las respuestas a las interrogantes formuladas, el jurado examinador deliberó en privado la calificación de la Tesis y su correspondiente defensa.
- d. Cada miembro del jurado examinador estableció individualmente su calificación de acuerdo al reglamento de grados y títulos.
- e. El Presidente del Jurado Examinador verificó la calificación de cada miembro y procedió a establecer la calificación de la tesis en escala vigesimal con la siguiente mención:

SOBRESALIENTE	20 -18 ()
MUY BUENO	17- 16 (17)
BUENO	15 -13 ()
DESAPROBADO	< 13 ()



Finalmente, el Presidente del Jurado invitó al sustentante para recibir el veredicto de la calificación obtenida.

El Jurado Examinador deja constancia con su firma, que el veredicto final de calificación de la Tesis presentado por la Bach. **BERENICE HUAMANI SILVA** es:

APROBADO

concluye el acto académico, siendo las 18: 50 horas del mismo día.

<p>Presidente: Dr. Filiberto Fernando Ochoa Paredes</p>	
----------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------

<p>Primer Miembro: Dr. Luis Alberto Taramona Ruiz</p>	
<p>Segundo Miembro: Nanette Elizabeth Feraldo Devincenzi</p>	

i. **Dedicatoria**

A mis adorados padres y hermano por ser los mejores,
estar conmigo en cada paso importante en mi vida y
por la motivación constante para alcanzar mis metas.

Muchos de mis logros se los debo a ustedes.

ii. **Agradecimientos**

A Dios por guiarme y protegerme en cada instante; y permitir llegar a este logro importante en mi vida.

A mi asesora Nanette Feraldo Devincenzi por su tiempo y apoyo incondicional por compartir su conocimiento conmigo en el asesoramiento a lo largo de mi tesis.

A mi alma mater la Universidad Le Cordon Bleu, a su personal administrativo y a los docentes por brindarme sus enseñanzas durante mi formación profesional.

A mis amigos por apoyarme, brindarme su cariño y comprensión.

iii. **Resumen**

El objetivo de la presente investigación fue determinar la relación de los factores socioeconómicos y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco.

Este trabajo se orientó en la modalidad de investigación cuantitativa de tipo correlacional y transversal. La muestra de estudio estuvo conformada por 324 personas que asistieron a la feria ecológica de Barranco durante cuatro domingos del mes de julio de 2019. El instrumento utilizado fue un cuestionario con 7 preguntas; posteriormente se analizaron los datos recaudados y se recopilaron mediante el software estadístico SPSS y el coeficiente de Correlación de Pearson. Los resultados muestran que la mayoría de los asistentes a la feria ecológica de Barranco son jóvenes entre 26 a 35 años. Donde el 65.43% son trabajadores dependientes, el 64.20% perciben ingresos económicos de S/. 3,000 soles en adelante. El 67.28% provienen de los distritos de Barranco y Miraflores. El 85.49% compran productos orgánicos todos los domingos y el 33.02% gasta entre S/. 50.00 a S/. 99.00.

Podemos afirmar que los factores sexo, ocupación, distrito de procedencia, frecuencia de visita y el ingreso mensual se relacionan directamente con el nivel de consumo.

Palabras claves: Factores socioeconómicos, nivel de consumo, productos orgánicos

iv. **Abstract**

The objective of this research was to determine the relationship of socioeconomic factors and the level of consumption of those attending the ecological fair in Barranco.

This work is oriented in the modality of quantitative research of correlational and transversal type. The study sample consisted of 324 people who attended the ecological fair of Barranco during four Sundays in July 2019. The instrument used was a questionnaire with 7 questions; The data collected were subsequently analyzed and collected using the SPSS statistical software and the Pearson Correlation coefficient. The results that show the majority of the assistants to the ecological fair of Barranco are young people between 26 to 35 years. Where 65.43% are dependent workers, 64.20% receive economic income of S / 3,000 soles and up. 67.28% come from the districts of Barranco and Miraflores. 85.49% buy organic products every Sunday and 33.02% spend between S / 50.00 to S / 99.00.

We can affirm what sexual factors, occupation, district of origin, frequency of visit and monthly income are directly related to the level of consumption.

Keywords: Socio-economic factors, level of consumption, organic products.

Indice General

Carátula.....	1
ii. Dedicatoria	5
iii. Agradecimientos.....	6
iv. Resumen	7
v. Abstract	8
1. Introducción	10
2. Marco teórico	14
2.1. Antecedentes de la investigación	14
2.2. Bases teóricas	18
2.3. Definición de Términos.....	23
3. Metodología	26
4. Resultados y Discusión	29
5. Conclusiones	67
6. Recomendaciones.....	69
7. Referencias Bibliográficas	71
Anexos.....	74

1. Introducción

Hoy en día, consumir productos orgánicos forma parte del estilo de vida de muchas personas en el mundo. Por tal razón, más familias incorporan alimentos orgánicos en sus dietas alimenticias; debido a que están elaborados con productos libres de fertilizantes y pesticidas, lo cual hace que su consumo sea beneficioso para la salud y se contribuya con el cuidado del medio ambiente.

Para Gómez y Morales (2012) un alimento orgánico tiene las siguientes características:

Un alimento orgánico (o ecológico) se caracteriza por ser sano, seguro y sabroso. Según Brandt, Leifert, Sanderson y Seaj, luego de un análisis de 237 estudios realizados durante las cuatro décadas pasadas, se registró que las frutas y verduras cultivadas sin abono sintético y sin pesticidas registraban un mayor contenido de vitamina C, sin por ello arrojar grandes diferencias con los productos convencionales. Siendo el producto ecológico sabroso y aromático. (p. 25).

Ferrucci (2000) sostiene que mientras los resultados de las investigaciones clínicas se difunden a cerca del rendimiento que trae consumir alimentos orgánicos; a la par las empresas que distribuyen estos alimentos se encargan de promocionarlos mediante campañas. Del mismo modo, las distintas organizaciones encargadas de incentivar su consumo lo realizan mediante la difusión de sus bondades; y de esta manera el consumo de productos orgánicos incrementa en los distintos países de Europa, América del Norte, Japón y otros.

Ferrucci (2000), “se trata de productos obtenidos mediante técnicas que respetan los procesos naturales y ecológicos y cuya venta bajo la denominación de “alimentos orgánicos” está condicionada a una certificación oficial” (p.35).

En Perú, según Benites, Wiener y Soldevilla (citado en De Souza, Montoya y Peñaloza, 2009) la producción de los alimentos orgánicos se viene dando desde hace siglos en distintos lugares del país; pero su escasa publicidad y la poca ayuda que reciben los productores orgánicos, por parte de algunas instituciones públicas para promocionar a los vendedores de alimentos orgánicos y al mismo tiempo que sean conocidos y se consuman sus productos con mayor frecuencia ya que son limitados debido al alto precio que se ofrecen dichos alimentos en comparación con los alimentos convencionales que en su mayoría son cosechados con fertilizantes y químicos; pero aun así muchos peruanos deciden consumir estos últimos porque están al alcance de su economía.

Por tal razón, la preocupación de la investigación es conocer: ¿cuál es la relación existente entre los factores socioeconómicos y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco?; para lo cual se tomaron en cuenta los datos realizados por la Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercados (APEIM) quienes se basaron en la encuesta de la Enaho realizado por el INEI en el año 2017; en donde se fijan los ingresos económicos según los niveles socioeconómicos (APEIM, 2018): NSE A: 13,105 soles; NSE B: 7, 104 soles; NSE C: 4059 soles; NSE D: 2,760 soles y

NSE E: 1,987 soles. En consecuencia, esta tesis, está enfocada básicamente en los niveles socioeconómicos C, D y E.

En Lima, los fines de semana se pueden encontrar diversas ferias ecológicas en varios distritos de la ciudad, con el fin de que la población tome consciencia y mejore su estilo de vida al adquirir alimentos orgánicos. Este trabajo de investigación está enfocado en la feria ecológica de Barranco, en el mismo distrito. Esta feria viene funcionando desde el año dos mil quince los días domingos de cada semana, en la calle San Martín cuadra siete.

Es por ello, con motivo de visitas a la feria ecológica de Barranco, se observó la gran variedad de alimentos orgánicos como panes sin gluten, mantequillas artesanales, frutas orgánicas, hortalizas, postres saludables, quesos; hasta productos de aseo personal y biocosméticos. Asimismo, se realizan actividades de asesoramiento de cocina saludable u otros talleres relacionados con el consumo de productos orgánicos. Esta feria es muy concurrida los domingos de 9:00 a.m. a 3:00 p.m.

Por consiguiente, el objetivo es determinar la relación que existe entre los factores socioeconómicos y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco. Para lo cual se planteó la siguiente hipótesis: “Existe relación entre los factores socioeconómicos y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica Barranco”. Lo cual se deja claro que los factores socioeconómicos utilizados para esta investigación fueron divididos en dos campos: factores sociales comprendidos por el sexo, edad y distrito de residencia. Factores económicos: ocupación, ingreso mensual y frecuencia de visitas. Ambos grupos de factores relacionados con el nivel de consumo que

se consideró la cantidad que gastan las personas cada que realizan sus compras en la feria ecológica de Barranco.

A modo de cierre; se abordó el problema de la investigación, así como de su formulación, estableciendo el objetivo, luego el planteamiento de la hipótesis con sus respectivas variables y finalmente la importancia del trabajo.

En el segundo capítulo, se exponen los antecedentes tanto a nivel internacional como nacional, así como las bases teóricas comprendidas en los factores socioeconómicos y el nivel de consumo.

En el tercer capítulo, se presenta el marco metodológico, es decir la metodología que se ha empleado para la investigación, tales como el diseño metodológico, informantes y lugar de estudio, técnica para recolección de datos, análisis de datos, la muestra que se trabajará y cuestiones éticas.

El cuarto capítulo hace referencia a los resultados del trabajo de campo en tablas de doble entrada y tablas cruzadas; y la discusión de los resultados con el problema planteado, con el sistema teórica y con la hipótesis. Finalmente se consideran las conclusiones y recomendaciones.

2. Marco teórico

2.1. Antecedentes de la investigación

En la investigación de Moreira (2016), sobre el estudio a los consumidores de productos orgánicos que compran en los supermercados de Guayaquil; se conocieron los hábitos, preferencias y actitudes ante la toma de consciencia del cuidado personal y del medio ambiente al consumir productos orgánicos en la ciudad.

Los principales resultados señalan que los principales motivos de los guayaquileños por comprar productos orgánicos es el cuidado de su salud y cambiar sus estilos de vida. En su investigación observó que la mayoría de los consumidores tienen ingresos entre los diez mil y veinte mil dólares anuales, tienen una profesión, la mayoría son jóvenes mujeres entre los 25 a 35 años de edad. Todos ellos, aparte de querer cambiar sus estilos de vida, también quieren cambiar su apariencia gracias a los beneficios que se obtiene al consumir los productos orgánicos. Pero también, la autora encontró consumidores en su mayoría hombres entre veinte y veinticinco años que no tienen una profesión y son independientes económicamente; y que solamente compran productos orgánicos porque se les recomendaron o simplemente los consumen en sus casas.

En otra investigación de Vasco, Palacios y Paspuel (2015), aplicaron encuestas a consumidores que asisten a la feria de productos orgánicos en la ciudad de Quito, con el objetivo de saber cuáles son los factores socioeconómicos que motiva a las personas comprar alimentos orgánicos.

De los resultados obtuvieron que la mayoría de los consumidores tienen ingresos económicos superiores a los mil quinientos dólares y gastan en promedio ciento veintitrés dólares en la compra de productos orgánicos; lo cual indica que estos consumidores pertenecen a los estratos sociales más altos de Quito y tienen acceso a una buena educación; además consumen estos alimentos solo por cuidar de una buena salud y no tanto por favorecer al medio ambiente. En este sentido, los autores concuerdan que existen pocos lugares donde se ofrecen alimentos orgánicos, y es por ello que sus precios son elevados, lo cual mencionan que se deberían expandir los puntos de venta para que toda la población tenga acceso a estos productos, lo que evidentemente constituye una oportunidad de negocio que se debe explotar.

Asimismo, Aroca y Muzzio (2016), en su investigación que buscaba plantear nuevas alternativas socioeconómicas para que la población de Guayaquil consuma alimentos orgánicos, encontraron:

Los altos precios de los productos orgánicos se deben en parte a los costos de producción, que son más altos en comparación con los costos de los alimentos convencionales, y aunque el precio sigue siendo la principal limitación hará que se incremente la demanda, los consumidores han respondido de una manera favorable (p. 50).

En la investigación se encuestó al público que acudía a los principales supermercados de Guayaquil donde se ofrecían productos orgánicos e hicieron un focus group con los compradores frecuentes de estos productos. Al final se encontraron que los consumidores optan por los alimentos orgánicos porque son saludables y se contribuye con el medio ambiente, todos los encuestados eran personas adultas de más de treinta y tres años; y con ingresos económicos altos. Debido al precio elevado de los alimentos orgánicos, solo un cierto grupo de la población de Guayaquil puede comprarlos, mientras que los otros prefieren seguir consumiendo los alimentos convencionales que son más baratos. Es por eso, que los autores decidieron crear una asociación llamada “ASOBUCA Y” con la ayuda de los propietarios de las fincas que producen alimentos orgánicos para que puedan vender directamente a los consumidores sus productos a precios bajos, de tal manera que toda la población pueda consumir estos productos.

De otro lado, Higuchi (2015) basa su investigación en las características de los consumidores de productos orgánicos y su expansión de su oferta en Lima; en donde menciona que la mayoría de las personas que viven en Lima centro son las que invierten más en alimentos orgánicos debido a que son los que poseen mayores ingresos económicos y años de estudios completos a comparación de los demás distritos de Lima Metropolitana. Es por ello que la autora afirma que las características socioeconómicas que abarcan la ocupación e ingreso económico influyen en las compras de los productos orgánicos y mientras más elevados sean sus ingresos económicos mayores serán sus compras de estos alimentos; como bien lo menciona, las personas que viven en Lima centro gastan en promedio de 335 soles mensuales y es por eso que las ventas de productos orgánicos tienen mayor acogida por las personas que viven en zonas con ingresos económicos medios y altos; al igual que las personas prefieren comprar los productos por su seguridad y bienestar en la salud.

Por último, en la investigación de Casas (2016) sobre las oportunidades comerciales para el mercadeo de productos agroecológicos y procesados de la asociación APECY en ferias ecológicas de Lima Metropolitana entrevistó a 384 personas asistentes a las 9 diferentes ferias ecológicas donde en la feria de Barranco encuestó a 37 personas. El autor obtuvo en datos generales que el 2% vienen de Lima norte, el 77% de Lima centro,

el 15% de Lima este, el 4% de Lima sur y el 1% del Callao. Casas (2016) menciona que el 38% de los consumidores acude a la feria cada fin de semana para comprar alimentos orgánicos debido a su valor nutricional y además que les ayuda a llevar una vida saludable. De los encuestados, el autor menciona que gastan entre 75 a 150 soles cada que asisten a la feria y la mayoría consume los alimentos que se ofrecen, en los que especificó néctares de fruta (23%), mermeladas (20%) y manzana certificada (27%). Además, muchos de los asistentes se enteraron de la existencia de la feria de Barranco por medio de las redes sociales o cuando acudían a alguna tienda ecológica.

2.2. Bases teóricas

Factores socioeconómicos: Para Rodríguez y Magro (2008):

Existen muchos factores sociales que condicionan el consumo de alimentos y entre éstos se encuentran las modificaciones en el ritmo del trabajo, la incorporación de las mujeres al mundo laboral, el aumento de la escolarización y la utilización de los comedores colectivos o los nuevos modelos alimentarios – con el deseo de llevar una dieta saludable- (p.396).

Mientras que para Jaffé (2007), los factores sociales están conformados por seres humanos con distintas culturas y educación; de los cuáles surgen diferentes economías afectando el comportamiento de la sociedad. “Algunos de estos factores están identificados como causas que influyen la capacidad de adquisición y acumulación de riquezas de nuestras sociedades” (p.117).

Por otro lado, los factores económicos según Ricoy (2015) en su obra denominada teoría del crecimiento económico de Adam Smith, son todas aquellas actividades que se realizan para incrementar la capacidad productiva y satisfacer las necesidades de las personas. Es decir, la actividad a la que se dedica cada persona en función con sus capacidades y su desarrollo profesional lo cual determinará el nivel económico de sus ingresos.

Nivel de consumo: Según Mankiw (2006), el consumo:

Está formado por los bienes y servicios adquiridos por los hogares. Se divide en tres subcategorías: bienes no duraderos, bienes duraderos y servicios. Los bienes no duraderos son los que solo duran un tiempo, como los alimentos y la ropa. Los bienes duraderos son los que duran mucho tiempo, como los automóviles y los televisores. Los servicios comprenden el trabajo realizado para los consumidores por individuos y empresas, como los cortes de pelo y las visitas a los médicos (p. 75).

Por esta razón, Mankiw (2006) menciona que el gasto se divide en cuatro categorías que son el consumo, la inversión, compras del Estado y las exportaciones netas; haciendo énfasis en el consumo, el cual se refiere a una actividad que cada persona realiza de conformidad con sus ingresos económicos mensuales. Asimismo, explica la teoría del consumo de Keynes, donde el consumo que realicen los individuos dependerá de sus ingresos económicos que poseen; y mientras más aumenten estos ingresos, su consumo será mayor. Debido a que el ingreso es el principal determinante del consumo.

Feria: Según los autores Rodríguez, Muñoz y González (2013) la palabra feria era utilizado en sus inicios en el Antiguo Egipto, la Civilización Griega y el Imperio Romano como un medio en donde los comerciantes ambulantes

se juntaban con los productores de la zona en los bazares y mercados para ofrecer sus productos. Cuando el Imperio Romano de Occidente se desintegró, las ferias desaparecieron en toda Europa hasta la creación del Sacro Imperio Romano Germánico que volvieron a resurgir las ferias en las rutas de comercio más importantes o en donde se tenía mayor afluencia de las personas que asistían a las celebraciones religiosas; y fue así que las ferias empezaron a extenderse por toda Europa; ya en el siglo XII aparecieron importantes ferias como las ferias de Champagne en Francia; Frankfurt en Alemania, la feria de Brujas en Flandes y otras más en Inglaterra e Italia.

Al final del siglo XV, las ferias en Francia decayeron lo cual tuvo un gran impacto en las ferias de toda Europa; sin embargo, el descubrimiento de América originó que en Sevilla se promoviera el comercio con la creación de instituciones como la Casa de Contratación de Indias y el Consulado de Cargadores para mejorar el desarrollo industrial y es así que en el siglo XIX las ferias se convirtieron en un medio para promocionar los avances tecnológicos y promover el comercio en el extranjero.

Después de la Segunda Guerra Mundial, con el avance de las tecnologías, las ferias tomaron una nueva orientación en donde solo se centraban en un solo sector de la industria a las cuales les llamaban ferias especializadas en donde se podía encontrar el sector de embalaje, confecciones, hogar; y otros. En el siglo XXI, las ferias tuvieron que evolucionar con la internacionalización, el cual ayudó a incrementar los intercambios comerciales entre países, así como la creación de cooperaciones económicas como la UE, MERCOSUR, NAFTA, entre otros que apoyan al desarrollo.

Es así como, con el transcurso de los años, el término feria ha evolucionado según las necesidades económicas y empresariales. Por eso, Rodríguez, Muñoz y Gonzáles (2013) lo definen como “un evento comercial, generalmente celebrado de forma periódica y durante un periodo de tiempo reducido, donde en un espacio limitado que normalmente suele ser siempre el mismo, se concentra la oferta y la demanda (real y/o potencial) de uno o varios sectores económicos” (p.457). Además, que las ferias han logrado gran importancia durante su proceso de evolución y pasaron de ser un lugar en donde se realizaban transacciones comerciales a uno donde se establece comunicación con los clientes.

Producto orgánico: La comisión del Codex Alimentarius (2007), establece que un producto o alimento ha sido elaborado bajo métodos de producción orgánica cuando:

En la etiqueta o en la declaración de propiedades, incluido el material publicitario y los documentos comerciales, el producto o sus ingredientes se describan mediante: los términos “orgánico”, “biodinámico”, “biológico”, “ecológico”, o vocablos de significado similar, incluidas formas abreviadas, que, en el país donde el producto se lanza al mercado sugieren al comprador que el productor o sus ingredientes se han obtenido mediante métodos de producción orgánica (p. 4).

Del mismo modo Cisneros (2012), un producto orgánico es todo alimento que durante su etapa de producción no se han utilizado herbicidas, fertilizantes o pesticidas químicos, al igual que en los suelos donde se han labrado. En el Perú, el organismo encargado de certificar, asegurar la

integridad, proponer las normas y sanciones para garantizar un producto orgánico es el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA).

Estilo de vida: Arellano (2017) en su libro *Mucho más que latir: LATIR* afirma que:

Los estilos de vida influyen pero también son influidos por el consumo. Por un lado los consumidores tienden a expresar su propia personalidad y estilo de vida a través de la preferencia y compra de ciertos objetos. De otro lado el comportamiento de consumo también influye en el estilo de vida, condicionando a la larga ciertas preferencias. El estilo de vida determina como se gasta, que tanta importancia se le asigna al dinero, la orientación al ahorro o gasto, las elecciones racionales o emocionales, la tendencia a la búsqueda de información, la necesidad de status a través de compra, etcétera (p. 50).

Igualmente, Arellano (2017) sostiene que el concepto estilo de vida se empezó a utilizar desde el siglo XX; en donde el concepto más resaltante fue el que definieron los autores Berzano y Génova, que hablan de las tres fases de la historia del estilo de vida. La primera está relacionada a la forma de pensar de los individuos que se caracterizan por su forma de ser y de expresarse y así reconocer a la persona por sus conductas, sin embargo, el autor menciona que no se podría comparar con el significado de personalidad debido a que esta es muy consistente y en cambio el estilo de vida es más cambiante. Asimismo, Vallette-Florence y Jolibert (como se citó en Arellano, 2017) proponen que el estilo de vida de las personas son las consecuencias de sus valores los cuales conlleva a adquirir ciertas actitudes y actividades que acaban manifestándose en el consumo.

La segunda fase del estilo de vida se relaciona con el estatus social, esto se refiere a la manera de comportarse de una persona con respecto a la ilusión de corresponder a un grupo social y separarse de otros con los que no se siente identificado. La tercera fase se relaciona con los estilos de comportamiento, esto se refiere al comportamiento individual o grupal que adquieren las personas hacia algún tema en específico, como el ejemplo que menciona el autor sobre el estilo de vida saludable, que se refiere a la manera de conservar la salud. Lo cual según Arellano (2017), “no se trata por cierto solamente de efectos en el consumo de productos o servicios, sino de un comportamiento y una manera de pensar que se generaliza hacia los hábitos de vida (acostarse temprano, hacer ejercicio diariamente, etcétera) y hacia las relaciones con otros” (p. 173).

Finalmente menciona que el término estilo de vida tiene distintos conceptos y con el paso de los años este ha ido evolucionando. Este concepto tuvo dos grandes ejes, el primero se refiere a las características de las personas, como su personalidad, características personales y su manera de comportarse; y el otro, se refiere al estatus social de una persona. También se utiliza para un modelo específico a seguir como aspectos relacionados a la salud o a una cultura.

2.3. Definición de Términos

Alimento convencional: Martín (2013), menciona que en la producción de un alimento convencional se requiere del uso de pesticidas o productos químicos sintéticos que son económicos. Para Herrera (2014), un alimento convencional es el resultado de la utilización de productos químicos y

aditivos alimentarios durante su proceso de cultivo para evitar la aparición de plagas, acelerar y mejorar su crecimiento; como también prolongar la vida útil del alimento y que adquieran nuevos aromas y texturas.

Orgánico: La comisión del Codex Alimentarius (2007) define la palabra orgánico al etiquetado que se da a los productos que han sido producidos bajo las normas de la producción orgánica como es evitar el uso de insumo externos como fertilizantes, abonos sintéticos, entre otros; y deben estar certificados por un organismo o autoridad. Del mismo modo, Herrera (2014) menciona que estos productos con la denominación de orgánico son carentes de fertilizantes y aditivos los cuales no son de procedencias confiables. Es por eso que su valor nutricional es mucho más alto en comparación a otro alimento que haya sido cosechado con otros métodos; puesto que presentan mayor cantidad de minerales, vitaminas y antioxidantes para la mejora del ser humano y de contribución positiva para el medio ambiente.

Feria ecológica: Gusson y Boza (citado de Canabal, Contreras y León, 2006):

Las ferias ecológicas no son solamente espacios de comercialización que ofrecen alimentos sin agrotóxicos al consumidor, o el simple agregado de valor económico al producto, como suelen considerarse. Son un espacio de intercambio de conocimiento y cultura entre agricultores y consumidores donde se ejerce la cooperación y la solidaridad (p.136).

Residencia: Según Cortés (1995), espacio que se destina para ser habitado por personas en un lugar o casa cuyos límites son definidos. Es decir, el lugar en que una persona escoge para vivir; y buscar estabilidad y permanencia.

Ocupación: Crepeau, Cohn, Schell (2008), es toda aquella actividad diversa que está relacionado en la cultura, llámese vendedores, carpinteros, empresarios, entre otros; que tiene un punto de partida y final siendo repetidas y conscientes por el individuo. Es decir, la manera en que una persona se encuentra para ocupar un determinado espacio profesional durante un periodo de tiempo, que son desarrollados con la finalidad de sustentar los gastos para lograr un mejor estilo de vida.

Frecuencia: Los autores Esteban, García de Madariaga, Narros, Olarte, Reinares y Saco (2008) definen frecuencia como “número de veces que un individuo está expuesto por término medio al mensaje, a lo largo de la campaña”. (p. 705).

Ingreso económico: Según Gutiérrez, Escobar y Gutiérrez (2007), se define como una remuneración que los individuos obtienen a cambio de realizar una determinada actividad; en donde:

La cantidad de dinero que puede gastar una familia durante un plazo de tiempo dado sin incrementar ni disminuir sus activos netos. Así, el ingreso económico incluye todo aquello que refuerza la capacidad para gastar: sueldos, salarios, dividendos, intereses recibidos, ingresos de propietarios, transferencias de pagos, rentas, entre otros (p.133).

Gasto: Cuevas (2002), menciona que el gasto es el conjunto de pagos que los individuos u organizaciones realizan para que puedan intervenir en sus actividades diarias; los cuales son considerados gastos: “pagos de luz, agua, teléfono, gas, renta, sueldo, salario, impuestos sobre remuneraciones, mantenimiento, etcétera”. (p.29)

Vida saludable: Montero (2003), es la manera en la que el ser humano tiende a llevar un estilo de vida que implica buena salud mental, física y buena interacción con la sociedad según su entorno cultural; siendo la alimentación la influyente en estas características como un requisito indispensable que busca la persona para sobrevivir, debido a que el individuo optará por una mejor elección y preparación de los alimentos con altos contenidos nutricionales.

3. Metodología

Diseño metodológico

La presente investigación se plantea como una investigación cuantitativa de tipo correlacional, cuyo propósito es evaluar la relación que existen entre dos variables; que en este trabajo son los factores socioeconómicos como variable dependiente y su relación con el nivel de consumo como variable independiente. Hernández, Fernández y Baptista (2010) mencionan que “este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular” (p.81). El diseño fue no experimental transversal porque los datos se recolectaron y estudiaron en un momento dado a diferentes grupos de distintas edades, específicamente durante cuatro domingos del mes de julio de dos mil diecinueve.

Informantes y Lugar de estudio

Las personas que se utilizaron como parte de esta investigación fueron hombres y mujeres mayores de edad que asistieron cualquier domingo del

mes de julio de dos mil diecinueve a la feria ecológica de Barranco. Asimismo el presente estudio tuvo como lugar el distrito de Barranco, que pertenece a Lima Metropolitana. En dónde está ubicada dicha feria.

Técnica de recolección de datos

Se realizó una encuesta a través de un cuestionario previamente establecido con siete preguntas mixtas compuesta por un conjunto de preguntas en relación a las variables establecidas en la investigación para conocer mejor al consumidor de alimentos orgánicos. El cuestionario se dividió en tres grupos; las tres primeras preguntas fueron relacionados a los factores sociales, enseguida de las tres siguientes a los factores económicos, luego una sola pregunta para el nivel de consumo.

Análisis de datos

Para el análisis de datos, se utilizó la base del software estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) y el coeficiente de Correlación de Pearson; los datos procesados sirvieron para el desarrollo de las tablas y su respectiva interpretación. Además, se recolectó información secundaria por medio de libros y plataformas digitales como Google académico y Scielo.

Población

La investigación fue trabajada con una población de setecientas personas que asisten semanalmente a la feria ecológica de Barranco, información tomada como referencia de Casas (2016, p. 109).

Muestra

La muestra será determinada con la fórmula de finito; a un nivel de confianza del 95%, con una probabilidad a favor de 0.5 y probabilidad en contra de 0.5, con un error máximo permitido de 4%. Dónde:

$$n = \frac{Z^2 * N p q}{e^2(N - 1) + Z^2 p q}$$

N= población

Z= nivel de confianza

p, q= varianza de la población (la suma de ambos debe ser igual a 1)

e= error máximo permitido

n = muestra

Resolución:

N = 700

Z= 95% = 1.96

p = 0.5

q = 0.5

e = 0.04

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 700 \times 0.5 \times 0.5}{(0.04)^2 \times (700-1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

n = 324

Este resultado nos indica que para efectos del presente proyecto se trabajará con una muestra de trescientos veinticuatro personas.

Cuestiones éticas

La información obtenida de los asistentes a la feria ecológica de Barranco, mediante cuestionarios, gozan de confiabilidad; han sido utilizados solamente en el presente trabajo de investigación y revisados por el

investigador. Se respetó la equidad de las personas en relación a sus respuestas dadas.

Ninguno de los encuestados fue sometido a presiones ni condicionamientos alguno.

4. Resultados y Discusión

En la presente investigación, cuyo objetivo es determinar la relación que existe entre los factores socioeconómicos y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco, se encuestaron a trescientos veinticuatro personas, los cuales doscientos cuarenta y seis fueron mujeres; y setenta y ocho hombres. Ambos mayores de edad que asistían a la feria ecológica de Barranco durante los domingos del mes de julio de dos mil diecinueve. Para ello se realizó un cuestionario y con la información obtenida en base a las respuestas. Obteniéndose los siguientes resultados:

TABLA 1

**EDAD DE LOS ASISTENTES A LA FERIA ECOLÓGICA DE
BARRANCO 2019**

EDAD	SEXO				TOTAL GENERAL	
	FEMENINO		MASCULINO			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%
18 a 25 años	24	9.76%	3	3.85%	27	8.33%
26 a 35 años	134	54.47%	22	28.21%	156	48.15%
36 a 50 años	65	26.42%	28	35.90%	93	28.70%
más de 51 años	23	9.35%	25	32.05%	48	14.81%
TOTAL GENERAL	246	100%	78	100%	324	100%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la tabla 1, el 48.15% del total de encuestados que asisten a la feria ecológica de Barranco están dentro del rango de edades entre 26 a 35 años tanto hombres como mujeres.

También se puede observar que de las mujeres que están entre las edades de 26 a 35 años son las que más acuden a la feria siendo un 54.47%; notándose una gran diferencia con las mujeres que están entre las edades de 36 a 50 años quienes representan un 26.42%. En el caso de los varones sucede lo contrario, como se observa en el gráfico, los que están entre las edades de 36 a 50 años representan un 35.90% a diferencia de los que están entre las edades de 26 a 35 años que representa un 28.21%. Con esto se puede indicar que la mayor afluencia está en las mujeres entre las edades de 26 a 35 años quienes asistieron a la feria ecológica de Barranco.

Con respecto a estos resultados se encontraron similitud con la investigación de Moreira (2016), donde las personas que compran alimentos orgánicos en Guayaquil son mujeres jóvenes de 25 a 35 años; sin embargo, en la investigación de Aroca y Muzzio (2016) se observa que las personas que compran alimentos orgánicos son adultos de más de 30 y 33 años de edad.

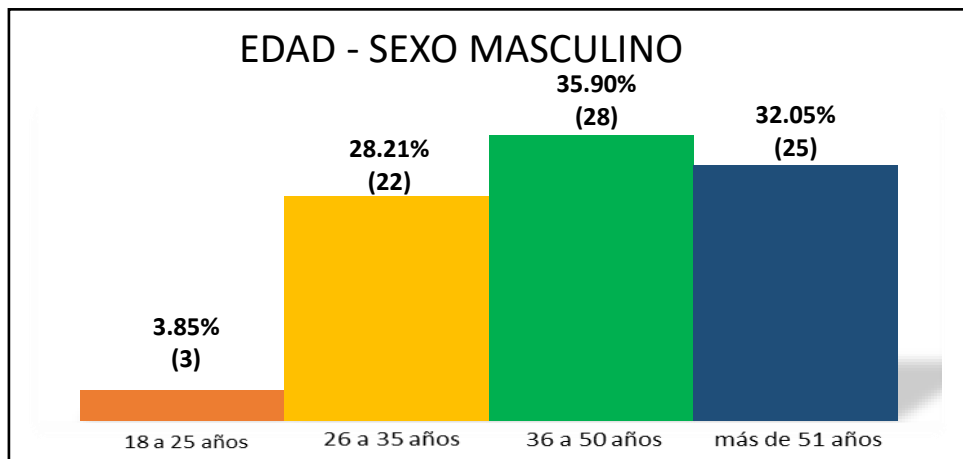


Figura 1

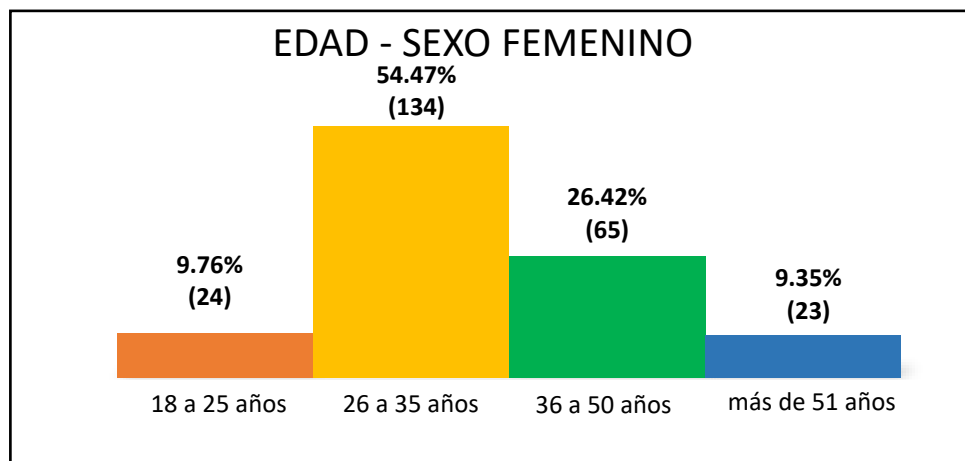


Figura 2

TABLA 2

DISTRITO EN EL QUE VIVEN LOS ASISTENTES A LA FERIA

ECOLÓGICA DE BARRANCO 2019.

LUGAR DE RESIDENCIA	SEXO				TOTAL GENERAL	
	FEMENINO		MASCULINO			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%
Barranco	88	35.77%	27	34.62%	115	35.49%
Chorrillos	37	15.04%	14	17.95%	51	15.74%
Miraflores	75	30.49%	28	35.90%	103	31.79%
Santiago de Surco	15	6.10%	2	2.56%	17	5.25%
Otro (San Borja)	18	7.32%	1	1.28%	19	5.86%
Otros	13	5.28%	6	7.69%	19	5.86%
TOTAL GENERAL	246	100%	78	100%	324	100%

Fuente: Elaboración propia

En relación a la tabla 3, de los asistentes a la feria ecológica de Barranco, el 67.28% del total general de encuestados provienen de los distritos de Barranco y Miraflores; los cuales representa el 35.49% y 31.79% respectivamente. También se puede observar una mínima entre las personas que viven en el distrito de San Borja (5.86%) con las que viven en el distrito de Santiago de Surco (5.25%), teniendo en cuenta que el distrito de San Borja no es aledaño al de Barranco a comparación con los que viven en Santiago de Surco. También se encontró un número reducido de visitantes que representan el 5.86% que provienen de los distritos de Bellavista, Chosica, La Molina, Magdalena del Mar, Punta Hermosa, San Miguel y San Isidro. Esto nos demuestra que la mayoría de los habitantes de estos distritos gozan de buenos ingresos económicos; y la mayoría de los compradores viven en el mismo distrito donde se encuentra la feria o provienen de distritos cercanos; también

es importante resaltar que existe afluencia de personas que viven en distritos lejanos al de donde se encuentra la feria ecológica de Barranco.

De acuerdo con el distrito de residencia se encontró similitud con la investigación de Higuchi (2015), donde menciona que las personas que viven en Lima centro son las que más consumen alimentos orgánicos; asimismo en la investigación de Casas (2016) el 77% de personas que compran en la feria ecológica de Barranco viven en Lima centro; lo que confirmaría el resultado obtenido ya que Barranco pertenece a Lima centro.

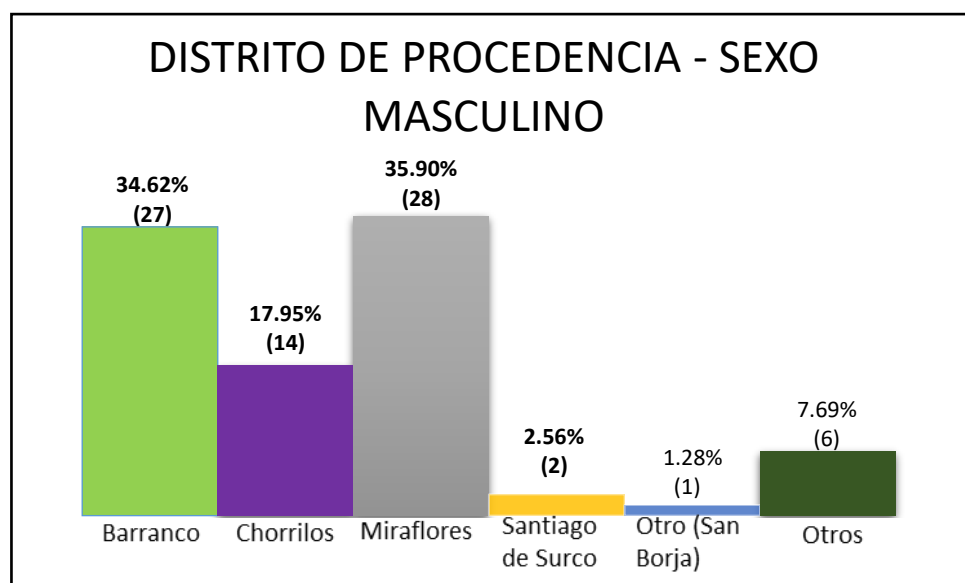


Figura 3

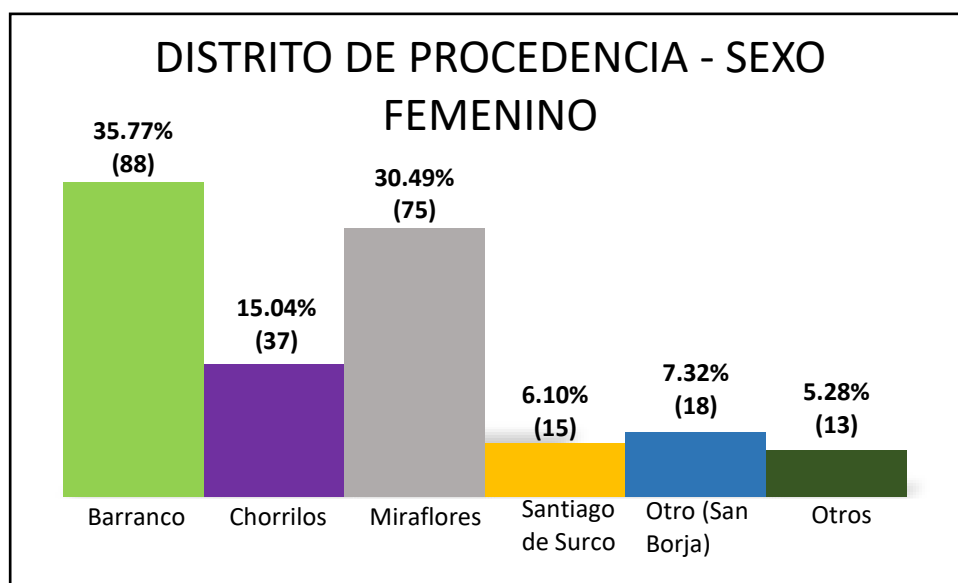


Figura 4

TABLA 3

OCUPACIÓN DE LOS ASISTENTES A LA FERIA ECOLÓGICA DE BARRANCO 2019

OCUPACION	SEXO				TOTAL GENERAL	
	FEMENINO		MASCULINO			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%
Estudiante	2	0.81%	1	1.28%	3	0.93%
Dependiente	166	67.48%	46	58.97%	212	65.43%
Independiente	62	25.20%	21	26.92%	83	25.62%
Otro (estudia y trabaja)	13	5.28%	3	3.85%	16	4.94%
Otro (jubilado)	3	1.22%	7	8.97%	10	3.09%
TOTAL GENERAL	246	100%	78	100%	324	100%

Fuente: Elaboración propia

En relación a la tabla 3, se puede observar que el 65.43% de los encuestados del total general, son los que más realizan sus compras en la feria.

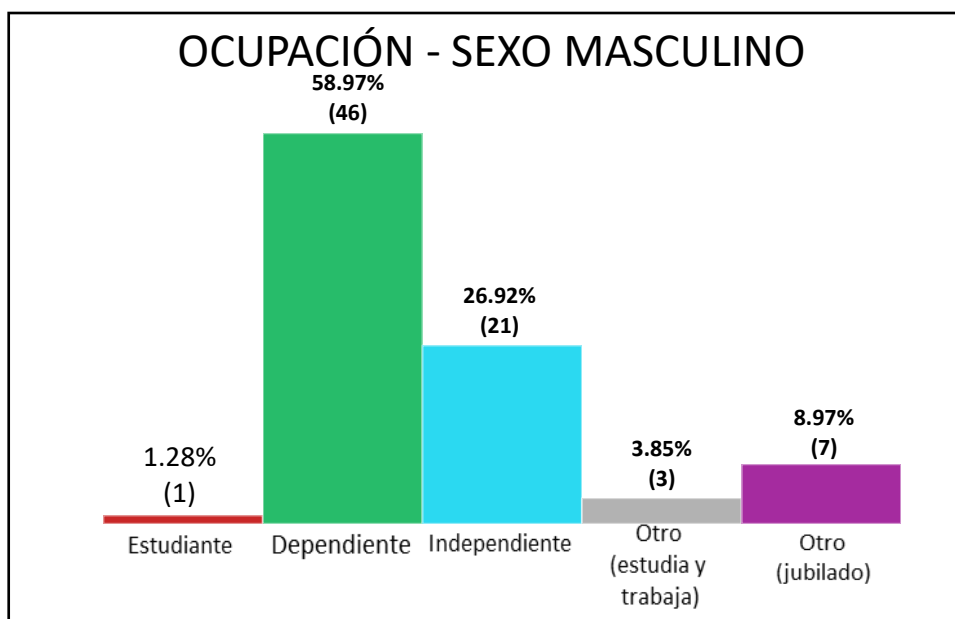


Figura 5

Del mismo modo, el 67.48% de las mujeres son trabajadoras dependientes y el 58.97% de los varones son trabajadores dependientes.

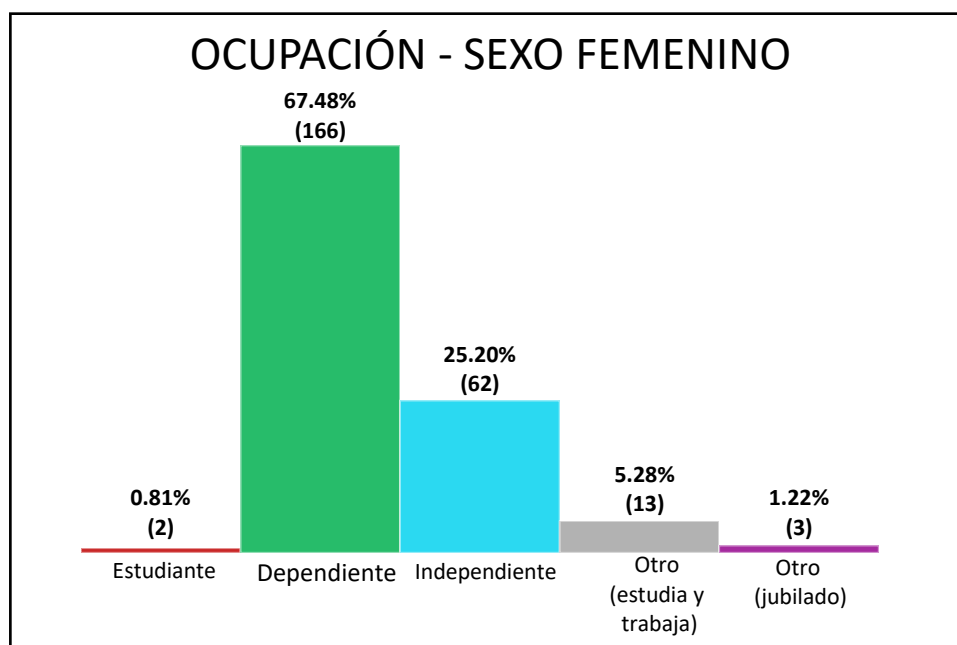


Figura 6

TABLA 4

**INGRESO ECONÓMICO MENSUAL DE LOS ASISTENTES A LA
FERIA ECOLÓGICA DE BARRANCO 2019.**

INGRESO ECONÓMICO	SEXO				TOTAL GENERAL	
	FEMENINO		MASCULINO			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%
[100 - 930>	8	3.25%	2	2.56%	10	3.09%
[930 - 1500>	8	3.25%	2	2.56%	10	3.09%
[1500 - 2,500>	13	5.28%	10	12.82%	23	7.10%
[2500 – 3000>	59	23.98%	14	17.95%	73	22.53%
De 3000 soles a más	158	64.23%	50	64.10%	208	64.20%
TOTAL GENERAL	246	100%	78	100%	324	100%

Fuente: elaboración propia

Con relación a la tabla 4, se puede observar que el 64.20% del total general de encuestados percibe ingresos económicos de 3000 soles a más; en donde las mujeres representan un 64.23% y los varones un 64.10%. Esto indica que los que más asisten a la feria ecológica de Barranco para realizar sus compras son personas con ingresos económicos altos.

Se asemeja con la investigación de Higuchi (2015) donde sostiene que las personas que consumen alimentos orgánicos poseen ingresos económicos altos. Por otro lado, Moreira (2016) menciona que las personas estudiadas tienen ingresos entre los diez mil y veinte mil dólares anuales y una profesión; del mismo modo, para Vasco, Palacios y Paspuel (2015) los que compran alimentos orgánicos tienen ingresos superiores a los 1500 dólares.

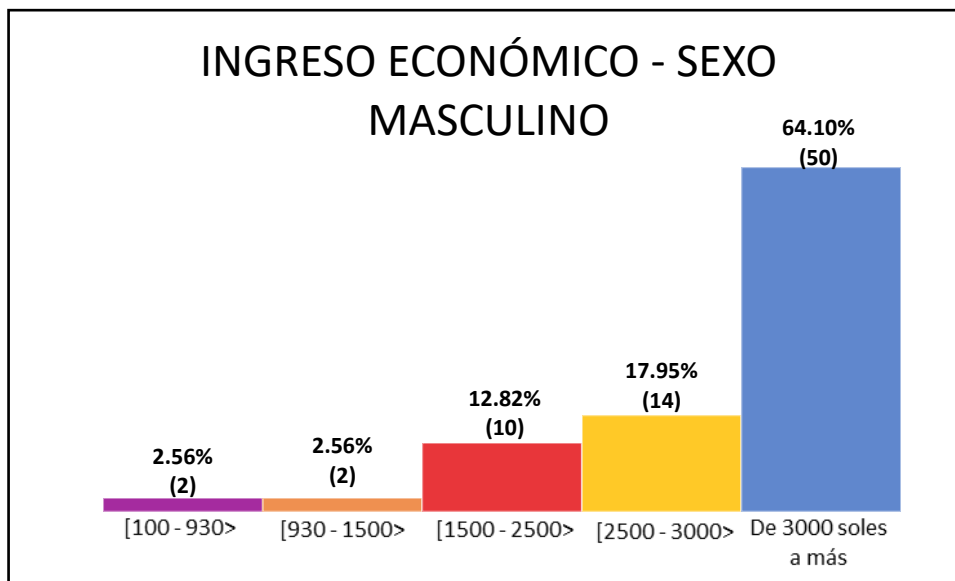


Figura 7

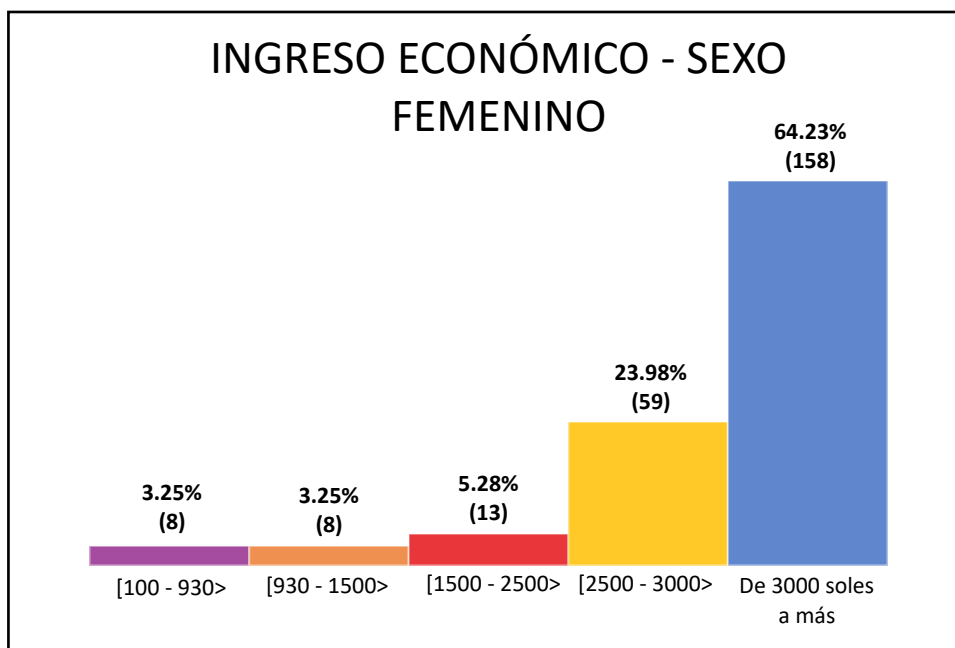


Figura 8

TABLA 5

**FRECUENCIA DE VISITAS DE LOS ASISTENTES A LA FERIA
ECOMLÓGICA DE BARRANCO 2019.**

FRECUENCIA DE VISITAS	SEXO				TOTAL GENERAL	
	FEMENINO		MASCULINO			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%
Todos los domingos	149	60.57%	39	50.00%	188	58.02%
Un domingo al mes	61	24.80%	18	23.08%	79	24.38%
Cada dos domingos por mes	12	4.88%	15	19.23%	30	9.26%
Otro (de vez en cuando)	24	9.76%	6	7.69%	27	8.33%
TOTAL GENERAL	246	100%	78	100%	324	100%

Fuente: Elaboración propia

Con relación a la tabla 5, se puede observar que el 58.02% del total general de encuestados asisten todos los domingos a la feria ecológica de Barranco, siendo un 60.57% del total de las mujeres y un 50% del total de varones. Las personas que asisten un domingo al mes a la feria representan un 24.38% del total general; siendo un 24.80% de las mujeres y un 23.08% de los varones. Esto nos indica que la mayoría de los consumidores de la feria asisten todos los domingos. Guarda similitud con Casas (2016) ya que, el 38% de los encuestados acuden cada fin de semana a la feria ecológica de Barranco a realizar sus compras.

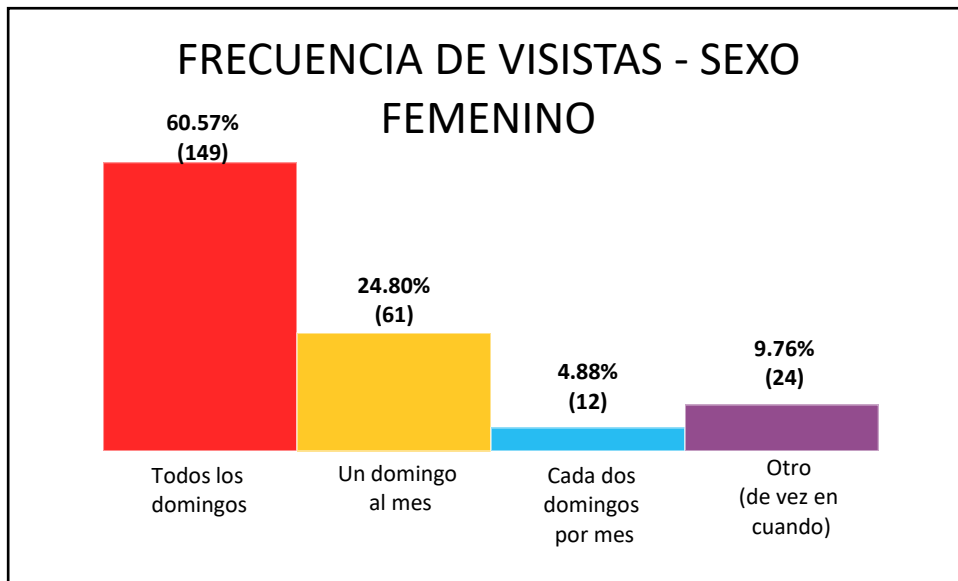


Figura 9

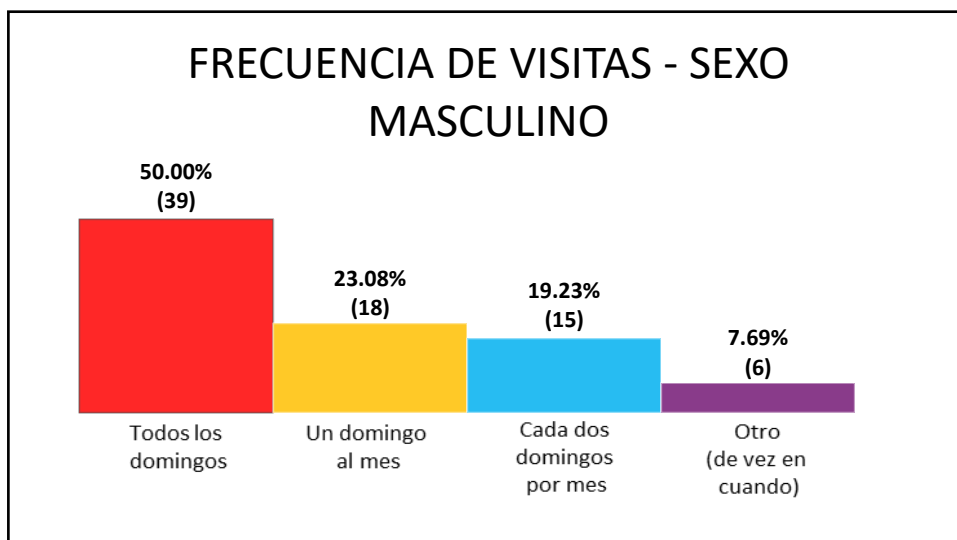


Figura 10

TABLA 6

CANTIDAD QUE GASTAN LOS ASISTENTES CADA QUE VISITAN

LA FERIA ECOLÓGICA DE BARRANCO 2019.

CANTIDAD QUE GASTAN	SEXO				TOTAL GENERAL	
	FEMENINO		MASCULINO			
	Fi	%	fi	%	Fi	%
De 10 a 49 soles	42	17.07%	31	39.74%	73	22.53%
De 50 a 99 soles	84	34.15%	23	29.49%	107	33.02%
De 100 a 149 soles	76	30.89%	18	23.08%	94	29.01%
De 150 a 199 soles	34	13.82%	3	3.85%	37	11.42%
De 200 soles a más	10	4.07%	3	3.85%	13	4.01%
TOTAL GENERAL	246	100%	78	100%	324	100%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la tabla 6, se puede observar en el total general que el mayor gasto se encuentra entre 50 a 99 soles haciendo el 33.02%, sin embargo, cabe destacar la inversión entre 100 a 149 soles que abarca el 29.01%; y el 22.53% gasta entre 10 a 49 soles.

Además, se puede observar en la tabla que, del total del sexo femenino, el 34.15% gasta entre 50 a 99 soles y del total del sexo masculino que gasta entre 10 a 49 soles representa un 39.74%. Esto nos indica que los consumidores de la feria, gastan de acuerdo a sus ingresos económicos que poseen; mostrándose que la mayoría de las mujeres encuestadas gastan entre 50 y 99 soles y los varones encuestados entre 10 a 49 soles.

Se encuentra similitud con Casas (2016) quien menciona que las personas que encuestó en la feria ecológica de Barranco gastan de 75 a 150 soles. No

obstante, Higuchi (2015) sostiene que las personas que viven en Lima centro gastan 335 soles mensuales en productos orgánicos.

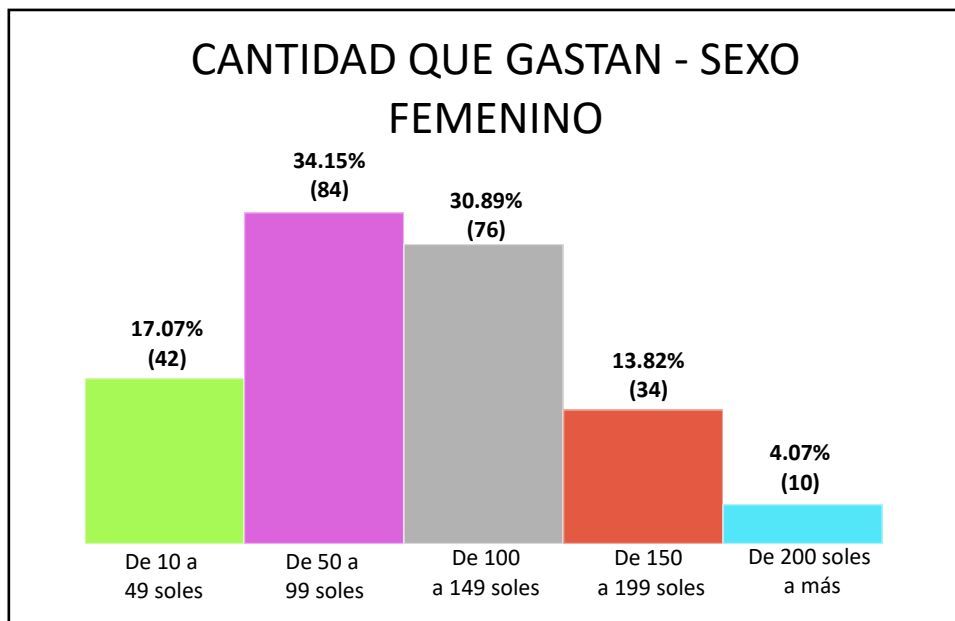


Figura 11

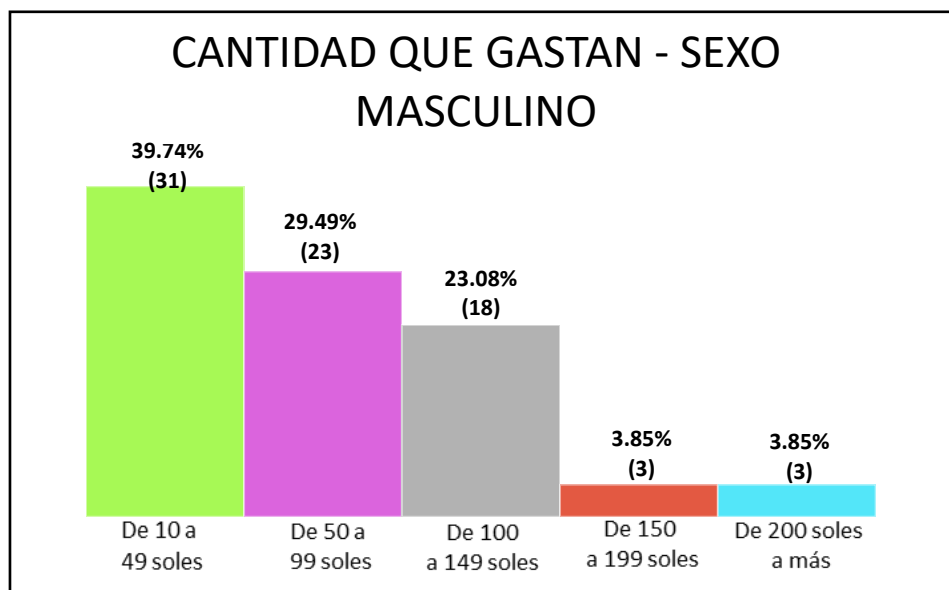


Figura 12

RELACIÓN ENTRE LOS FACTORES SOCIALES Y NIVEL DE CONSUMO

TABLA 7

SEXO * NIVEL DE CONSUMO

		Nivel de gasto					Total	%
		De 10 a 49 Soles	De 50 a 99 Soles	De 100 a 149 soles	De 150 a 199 soles	de 200 soles a más		
Sexo	Femenino	42	84	76	34	10	246	75.93%
	Masculino	31	23	18	3	3	78	24.07%
Total		73	107	94	37	13	324	100%

Fuente: Elaboración propia

En la tabla se puede apreciar que las personas que más acuden a la feria y por ende las que gastan más son las mujeres, el cual representa un 75.93%. Observándose que el mayor gasto se da entre los rangos de 50 a 149 soles.

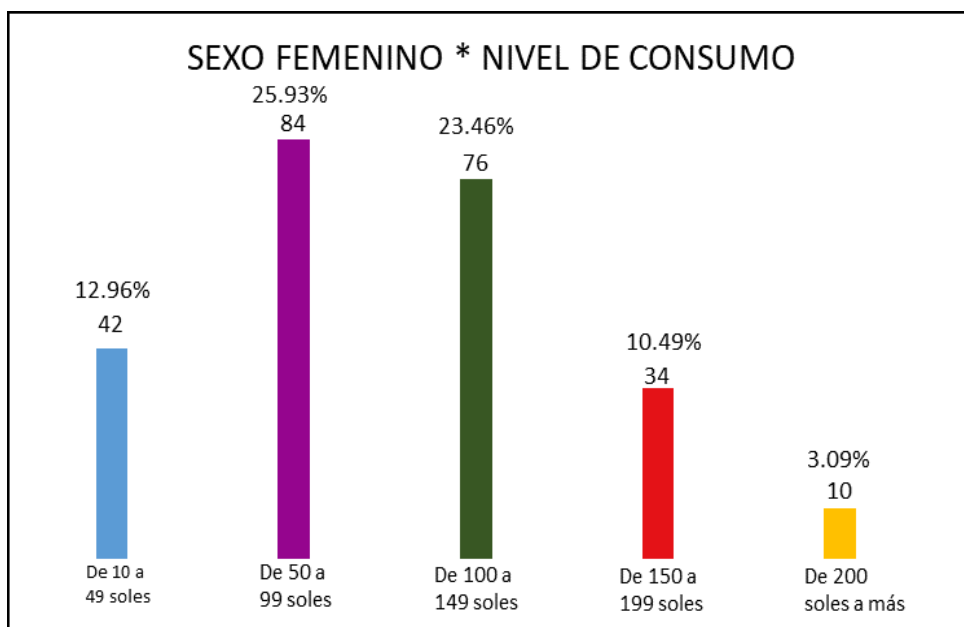


Figura 13

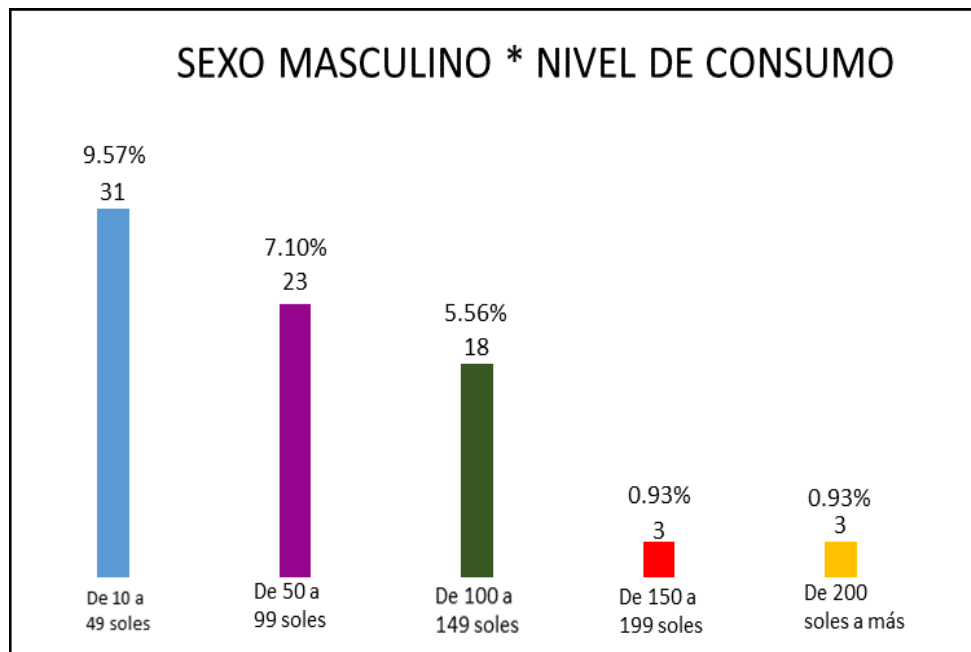


Figura 14

Prueba de hipótesis:

H₀: No existe relación entre los factores socioeconómicos y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco.

H₁: Existe relación entre los factores socioeconómicos y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco.

TABLA 7**SEXO * NIVEL DE CONSUMO****Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	20,313	4	0,000
Razón de verosimilitud	20,057	4	0,000
Casos válidos	324		

Fuente: Elaboración propia - SPSS

El nivel de significancia 0.000 es menor que 0.05. Por lo tanto, se considera que existe relación entre el sexo y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco.

TABLA 7
SEXO * NIVEL DE CONSUMO

Medidas simétricas

		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Coefficiente de contingencia	0,243	0,000
Casos válidos		324	

Fuente: Elaboración propia – SPSS

El coeficiente de contingencia es de 0.243 y el valor máximo es 0.913. Por lo tanto, el coeficiente calculado indica que la asociación que existe entre el sexo y el nivel de consumo es débil.

TABLA 8
EDAD * NIVEL DE CONSUMO

		Nivel de Gasto					Total	%
		De 10 a 49 Soles	De 50 a 99 Soles	De 100 a 149 soles	De 150 a 199 soles	De 200 soles a más		
Edad	18 a 25 años	9	16	2	0	0	27	8.33%
	26 a 35 años	21	57	46	23	9	156	48.15%
	36 a 50 años	17	24	34	14	4	93	28.70%
	Más de 51 años	26	10	12	0	0	48	14.81%
Total		73	107	94	37	13	324	100%

Fuente: Elaboración propia

Con relación a la edad y la cantidad que gastan los asistentes a la feria ecológica de Barranco, se puede observar que, del total de los encuestados, 48.15% tienen entre 26 a 35 años y el mayor gasto se concentra en las cantidades de 50 a 149 soles.

Por lo tanto, la mayoría de las personas encuestadas que realizan sus compras en la feria ecológica de Barranco son jóvenes y gastan mayormente entre los rangos mencionados.

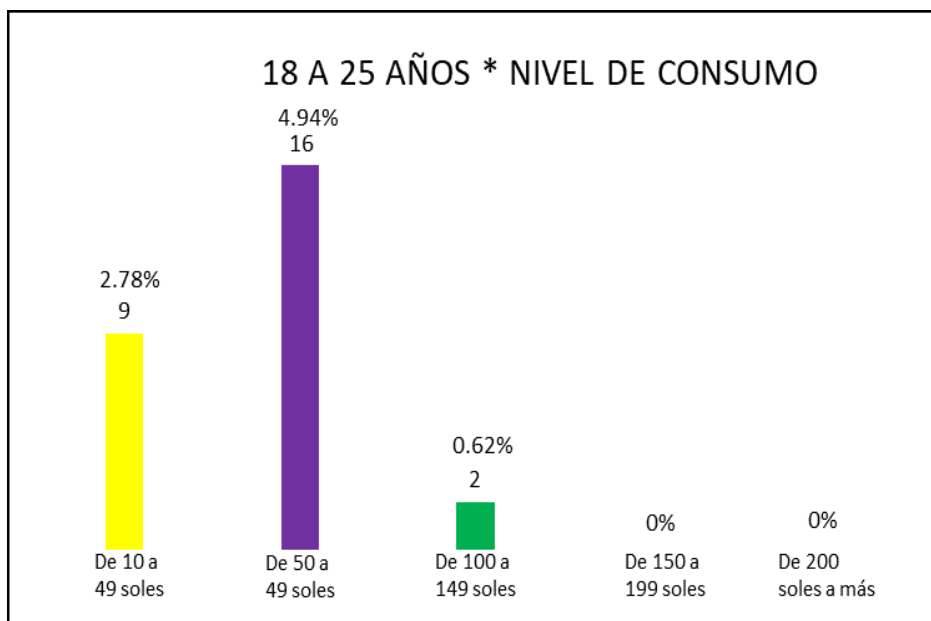


Figura 15

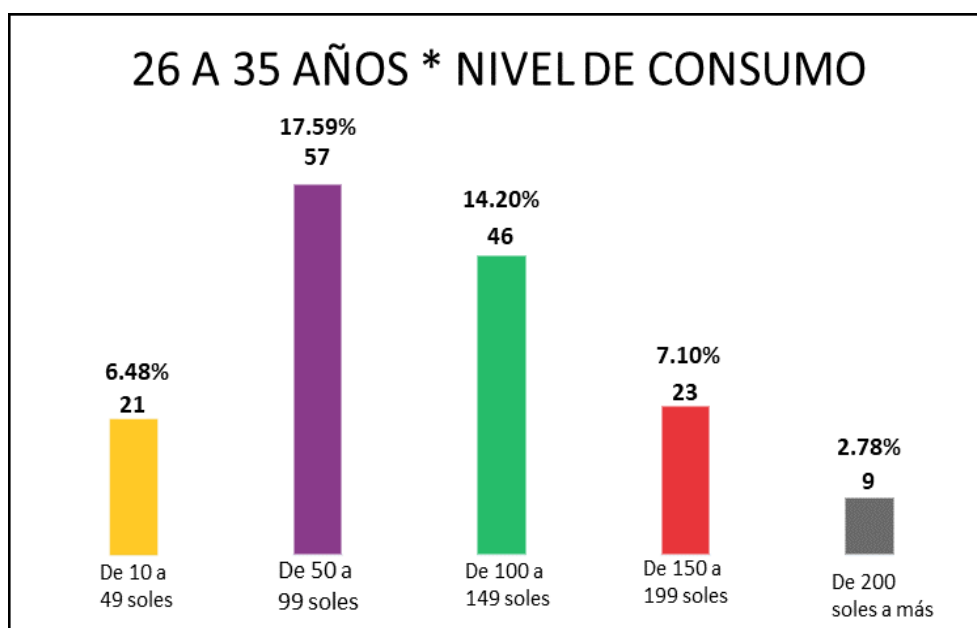


Figura 16

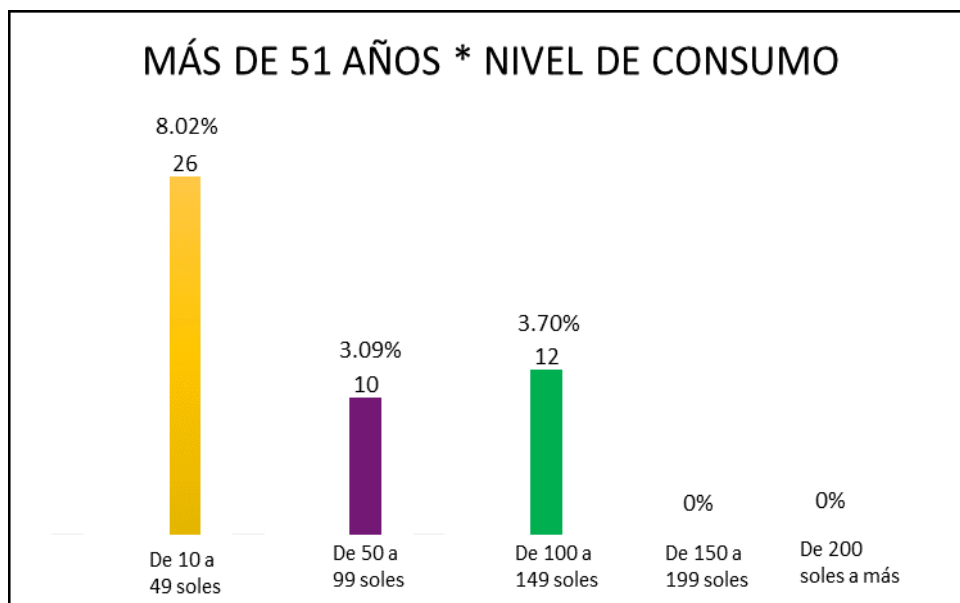


Figura 17

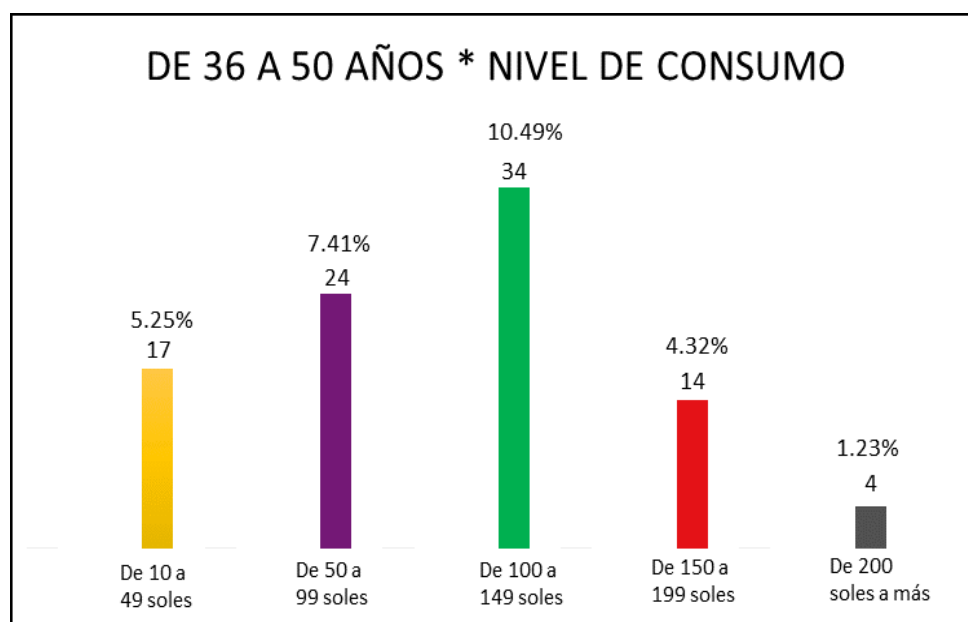


Figura 18

Prueba de hipótesis:

H₀: No existe relación entre los factores socioeconómicos y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco.

H₁: Existe relación entre los factores socioeconómicos y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco.

TABLA 8**EDAD * NIVEL DE CONSUMO****Correlaciones**

			Edad	Nivel de Gasto
Rho de Spearman	Edad	Coefficiente de correlación	1,000	-0,080
		Sig. (bilateral)	.	0,153
		N	324	324
	Nivel de Gasto	Coefficiente de correlación	-0,080	1,000
		Sig. (bilateral)	0,153	0
		N	324	324

Fuente: Elaboración propia - SPSS

El nivel de significancia 0.153 no es menor que 0.05. Por lo tanto, se considera que no existe evidencia estadísticamente significativa para determinar una correlación entre la edad y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco.

TABLA 9
DISTRITO DE RESIDENCIA * NIVEL DE CONSUMO

		Nivel de gasto					Total	%
		De 10 a 49 Soles	De 50 a 99 Soles	De 100 a 149 soles	De 150 a 199 soles	De 200 soles a más		
Distrito de Residencia	Barranco	23	40	42	10	0	115	35.49%
	Chorrillos	20	16	10	2	3	51	15.74%
	Miraflores	15	35	30	16	7	103	31.79%
	Santiago de Surco	5	5	5	2	0	17	5.25%
	Otro (San Borja)	3	4	4	6	2	19	5.86%
	Otros	7	7	3	1	1	19	5.86%
Total		73	107	94	37	13	324	100%

Fuente: Elaboración propia

Se puede observar en la tabla que, de las personas encuestadas, 35.49% viven en el distrito de Barranco y mayormente gastan de 50 a 149 soles. Al igual que las personas que viven en Miraflores, que representan el 31.79% de los encuestados, se puede observar que su mayor gasto también está entre los rangos de 50 a 149 soles.

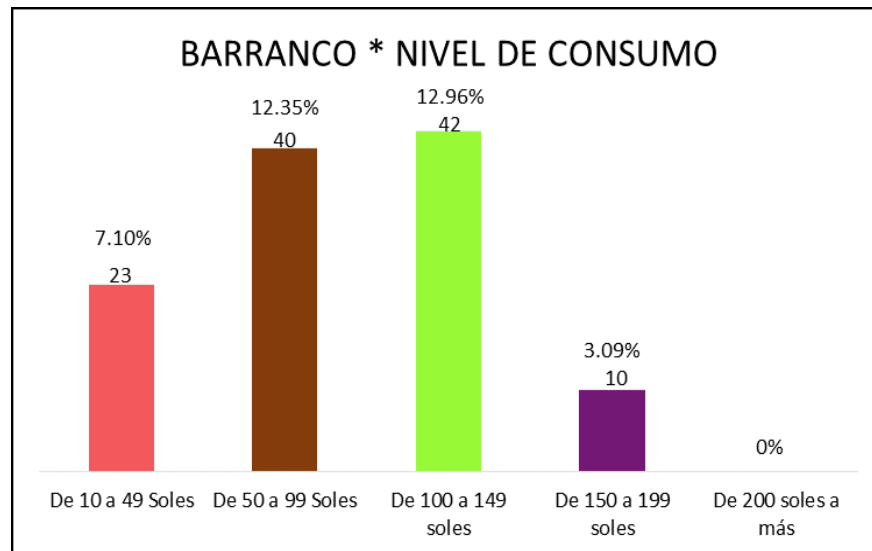


Figura 19

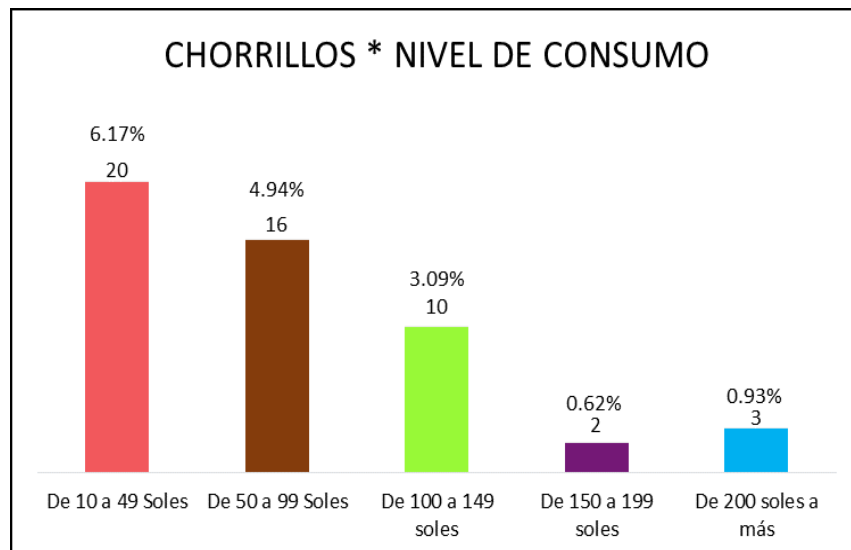


Figura 20

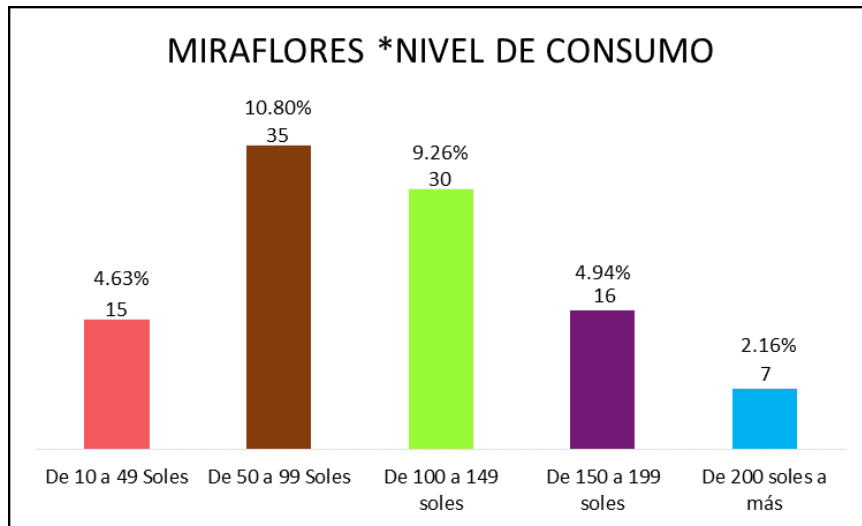


Figura 21

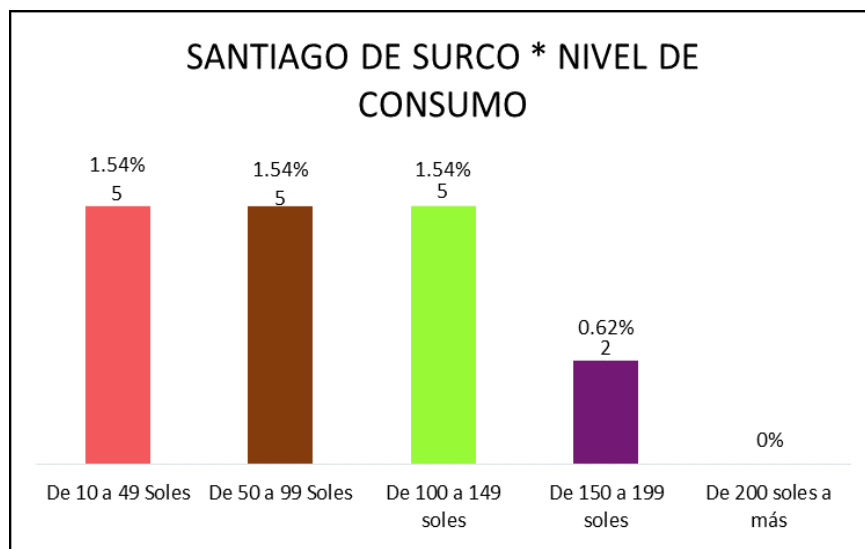


Figura 22

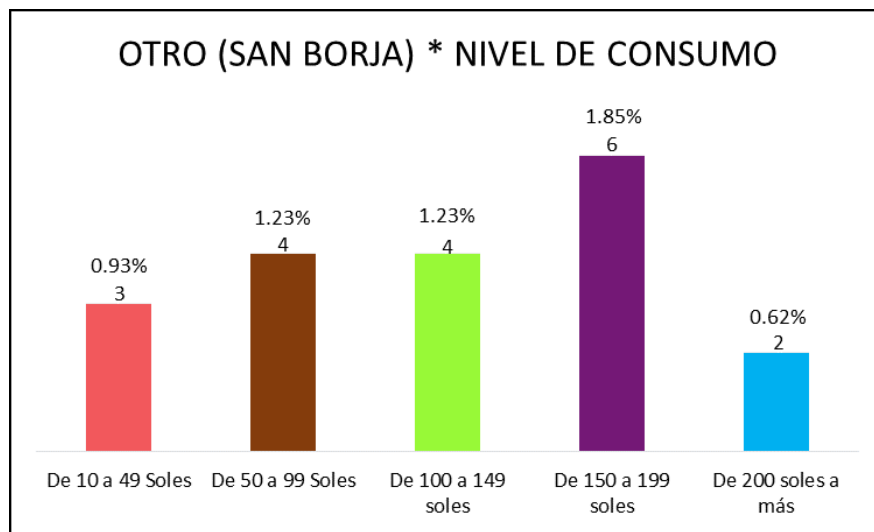


Figura 23

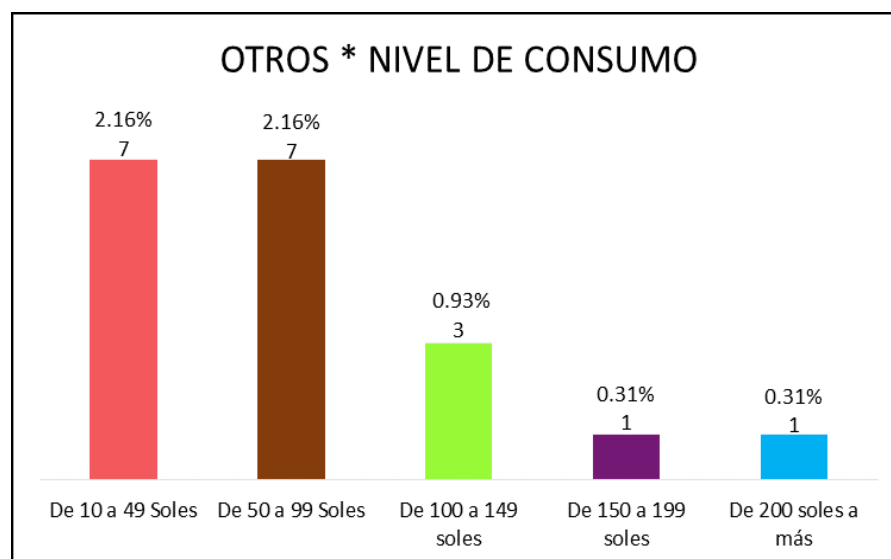


Figura 24

Prueba de hipótesis: H_0 : No existe relación entre los factores socioeconómicos y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco.

H_1 : Existe relación entre los factores socioeconómicos y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco.

TABLA 9**DISTRITO DE RESIDENCIA * NIVEL DE CONSUMO****Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)	Significación
Chi-cuadrado de Pearson	31,402	16	0,012	0,011
Razón de verosimilitud	35,991	16	0,003	0,005
Prueba exacta de Fisher	32,369			0,005
Casos válidos	324			

Fuente: Elaboración propia - SPSS

El nivel de significancia 0.005 es menor que 0.05. Por lo tanto, se considera que existe asociación entre el distrito de residencia y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco.

TABLA 9**DISTRITO DE RESIDENCIA * NIVEL DE CONSUMO****Medidas simétricas**

		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Coefficiente de contingencia	0,297	0,012
Casos válidos		324	

Fuente: Elaboración propia – SPSS

El coeficiente de contingencia es de 0.297 y el valor máximo es 0.913. Por lo tanto, el coeficiente calculado indica que la asociación que existe entre el distrito de procedencia y el nivel de consumo es débil.

RELACIÓN ENTRE LOS FACTORES ECONÓMICOS Y NIVEL DE CONSUMO

TABLA 10

OCUPACIÓN * NIVEL DE CONSUMO

		Nivel de Gasto					Total	%
		De 10 a 49 Soles	De 50 a 99 Soles	De 100 a 149 soles	De 150 a 199 soles	De 200 soles a más		
Ocupación	Estudiante	2	1	0	0	0	3	0.93%
	Dependiente	40	67	67	28	10	212	65.43%
	Independiente	17	29	25	9	3	83	25.62%
	Otro (estudia y trabaja)	5	10	1	0	0	16	4.94%
	Otro (jubilado)	9	0	1	0	0	10	3.09%
Total		73	107	94	37	13	324	100

Fuente: Elaboración propia

En la tabla se puede observar que, de las personas encuestadas, 65.43% son trabajadores dependientes, quienes gastan dentro de todos los rangos que indica el nivel de gasto; teniendo mayor importancia en los gastos de 50 a 149 soles.

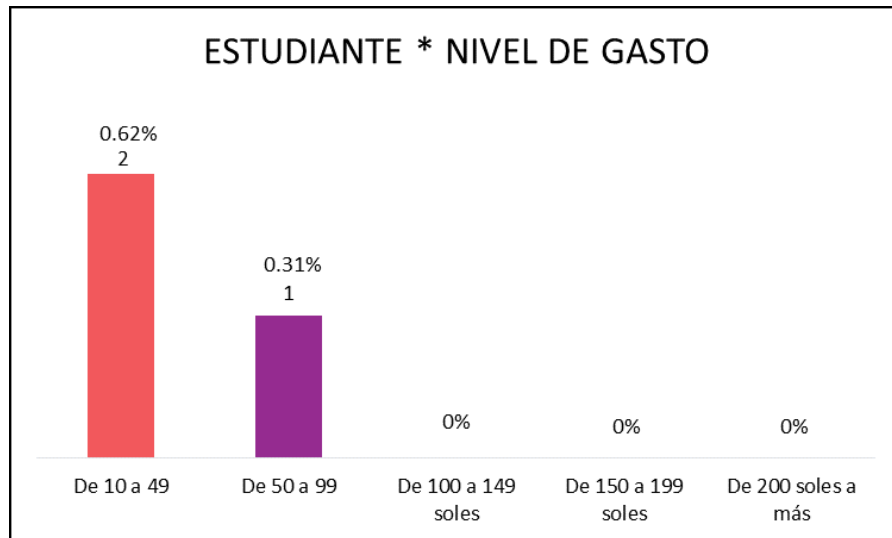


Figura 25

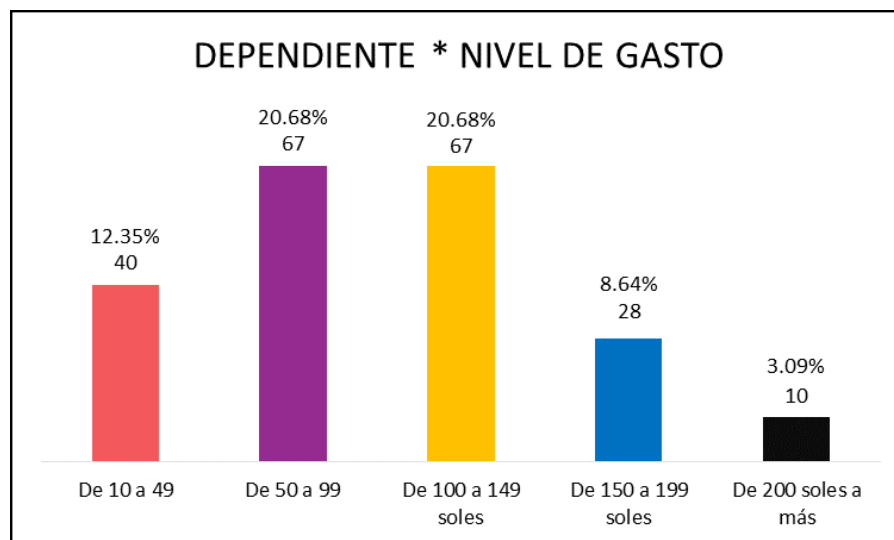


Figura 26

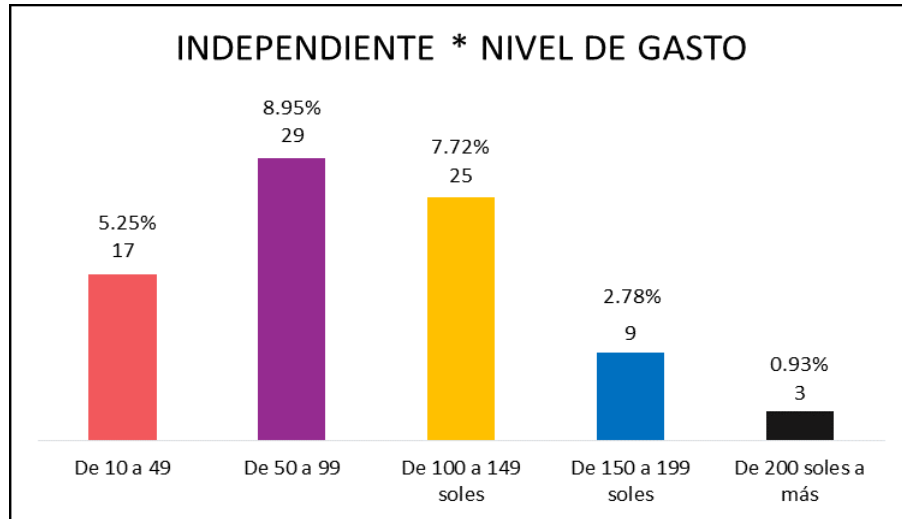


Figura 27

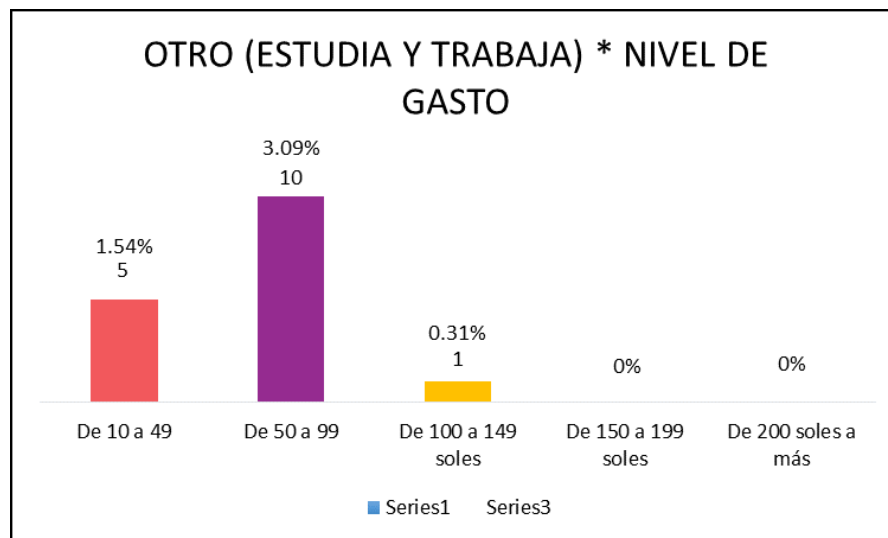


Figura 28

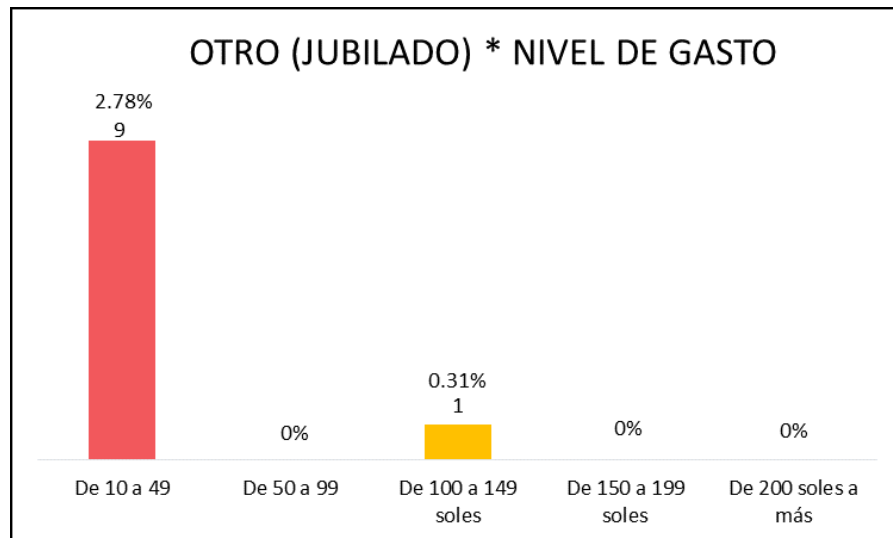


Figura 29

Prueba de hipótesis:

H₀: No existe relación entre los factores socioeconómicos y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco.

H₁: Existe relación entre los factores socioeconómicos y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco.

TABLA 10**OCUPACIÓN * NIVEL DE CONSUMO****Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)	Significación
Chi-cuadrado de Pearson	43,375 ^a	16	0,000	0,003 ^b
Razón de verosimilitud	43,217	16	0,000	0,000 ^b
Prueba exacta de Fisher	32,782			0,002 ^b
Casos válidos	324			
a. 15 casillas (60,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,12.				
b. Se basa en 10000 tablas de muestras con una semilla de inicio 1993510611.				

Fuente: Elaboración propia - SPSS

El nivel de significancia 0.002 es menor que 0.05. Por lo tanto, se considera que existe asociación entre la ocupación y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco.

TABLA 10
OCUPACIÓN * NIVEL DE CONSUMO

Medidas simétricas

		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Coefficiente de contingencia	0,344	0,000
Casos válidos		324	

Fuente: Elaboración propia - SPSS

El coeficiente de contingencia c es de 0.344 y el valor c máximo es 0.913. Por lo tanto, el coeficiente calculado indica que la asociación que existe entre la ocupación y el nivel de consumo es débil.

TABLA 11
INGRESO ECONÓMICO MENSUAL* NIVEL DE CONSUMO

		Nivel de Gasto					Total	%
		De 10 a 49 soles	De 50 a 99 Soles	De 100 a 149 soles	De 150 a 199 soles	De 200 soles a más		
Ingreso Mensual	[100 a 930>	6	2	2	0	0	10	3.09%
	[930 a 1500>	5	4	1	0	0	10	3.09%
	[1500 a 2500>	12	8	0	2	1	23	7.10%
	[2500 a 3000>	18	26	21	8	0	73	22.53%
	3000 soles a más	32	67	70	27	12	208	64.20%
Total		73	107	94	37	13	324	100%

Fuente: Elaboración propia

En la tabla se observa que el 64.20% de personas tienen ingresos económicos igual o superior a los 3000 soles y la mayoría de ellos gastan de 50 a 149 soles cada que realizan sus compras en la feria ecológica de Barranco.

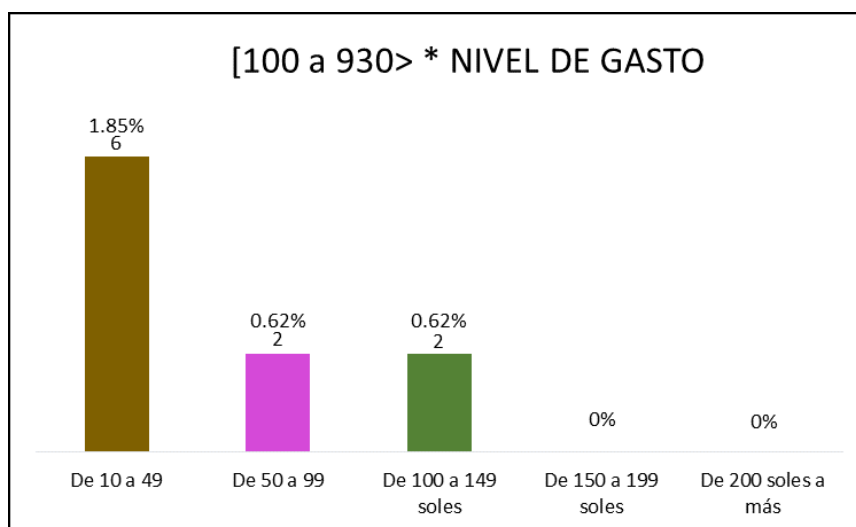


Figura 30

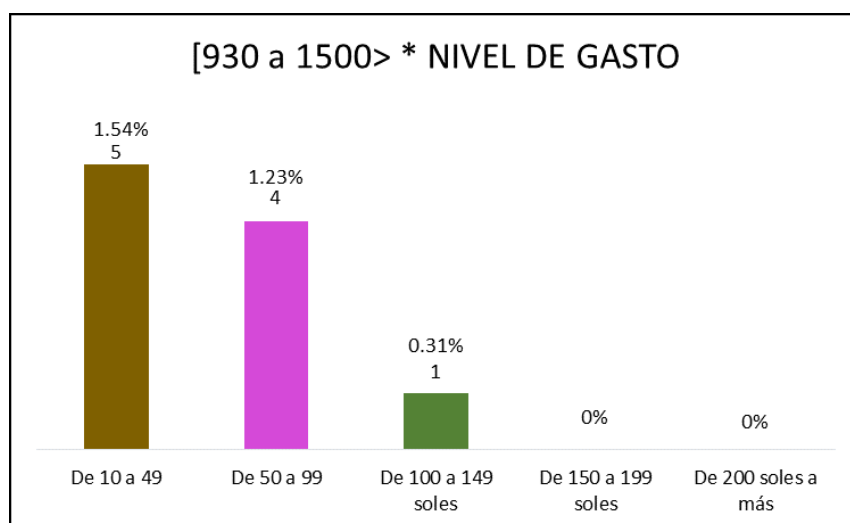


Figura 31

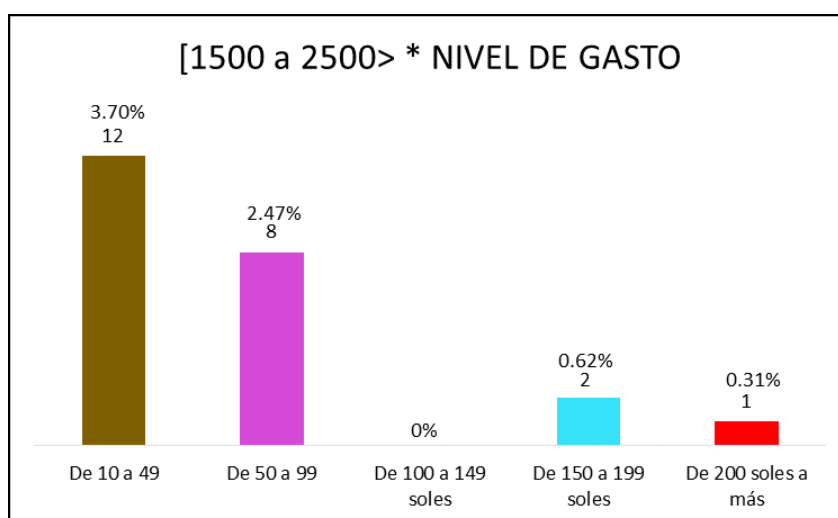


Figura 32

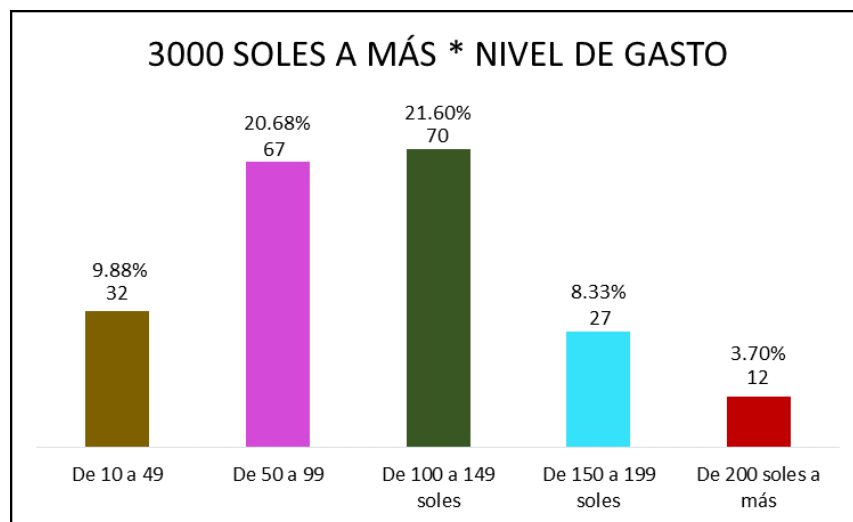


Figura 33

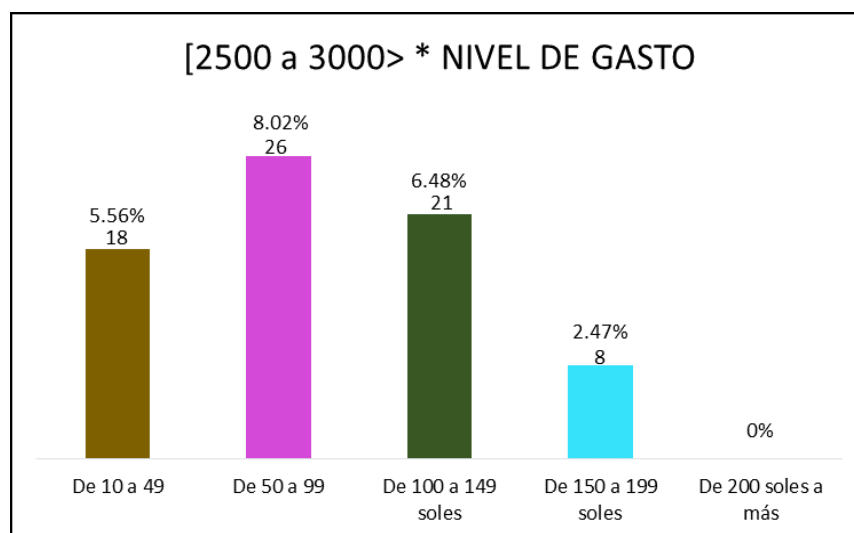


Figura 34

Prueba de hipótesis:

H_0 : No existe relación entre los factores socioeconómicos y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco.

H_1 : Existe relación entre los factores socioeconómicos y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco.

TABLA 11
INGRESO ECONÓMICO MENSUAL * NIVEL DE CONSUMO

Correlaciones

			Nivel de Gasto	Ingreso Mensual
Rho de Spearman	Nivel de Gasto	Coefficiente de correlación	1,000	0,285**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	324	324
	Ingreso Mensual	Coefficiente de correlación	0,285**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	0
		N	324	324
** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).				

Fuente: Elaboración propia - SPSS

El nivel de significancia 0.00 es menor que 0.05. Por lo tanto, se considera que existe correlación entre el ingreso mensual y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco.

El coeficiente de correlación calculado es 0.285 y el coeficiente de correlación de Spearman tiene un valor máximo igual a 1. Podemos concluir que la correlación entre el ingreso mensual y el nivel de consumo es directa pero débil.

TABLA 12
FRECUENCIA DE VISITA * NIVEL DE CONSUMO

		Nivel de Consumo					Total	%
		De 10 a 49 Soles	De 50 a 99 Soles	De 100 a 149 soles	De 150 a 199 soles	De 200 soles a más		
Frecuencia de visita	Un domingo al mes	22	17	17	11	11	78	24.07%
	Cada dos domingos por mes	13	11	1	2	0	27	8.33%
	Todos los domingos	21	70	71	24	2	188	58.02%
	Otro (de vez en cuando)	17	9	5	0	0	31	9.57%
Total		73	107	94	37	13	324	100%

Fuente: Elaboración propia

En la tabla se puede observar que, de las personas encuestadas, el 58.02% de los encuestados asisten a la feria ecológica de Barranco todos los domingos y entre los rangos que más gastan es de 50 a 149 soles. También se observa que el 8.33% acuden a la feria cada dos domingos por mes y gastan mayormente de 10 a 49 soles.

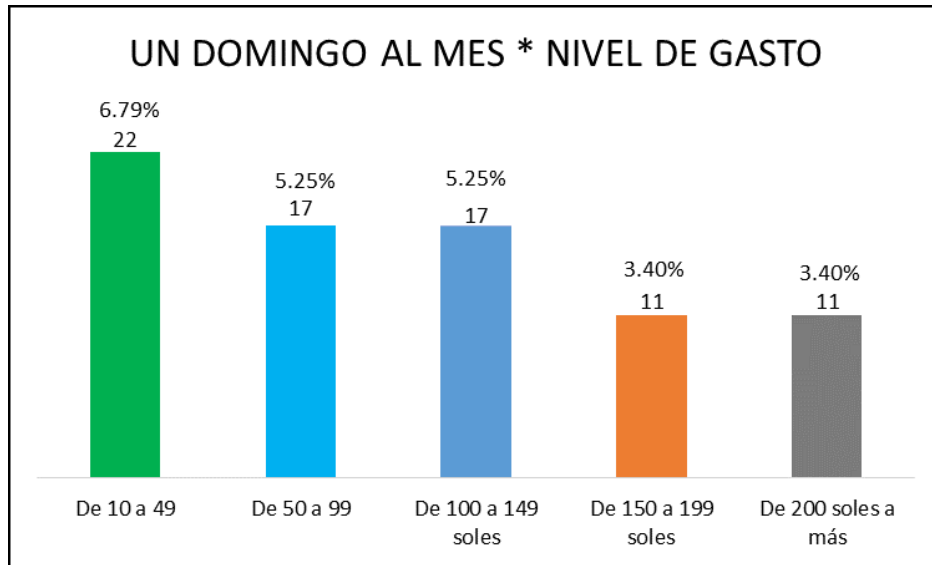


Figura 35

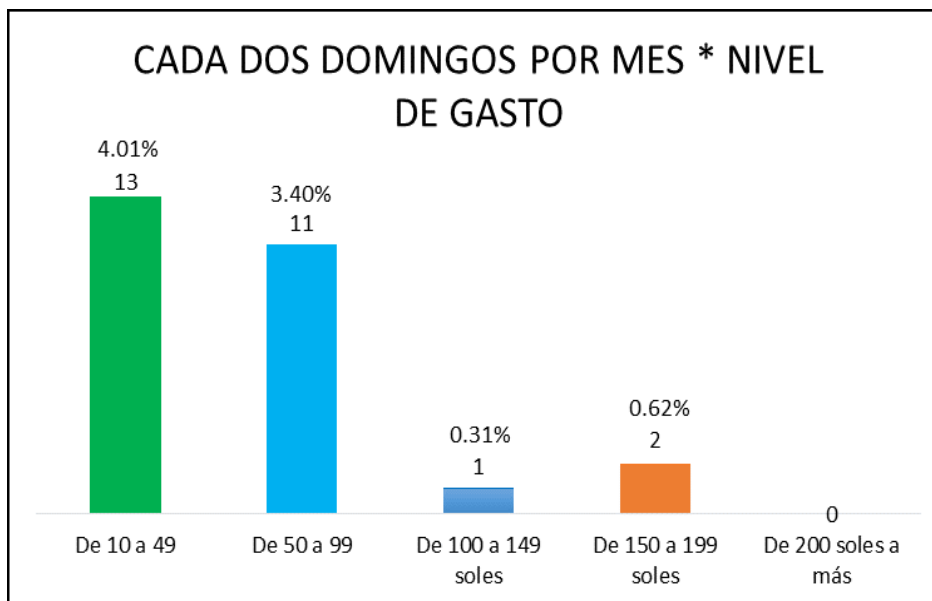


Figura 36

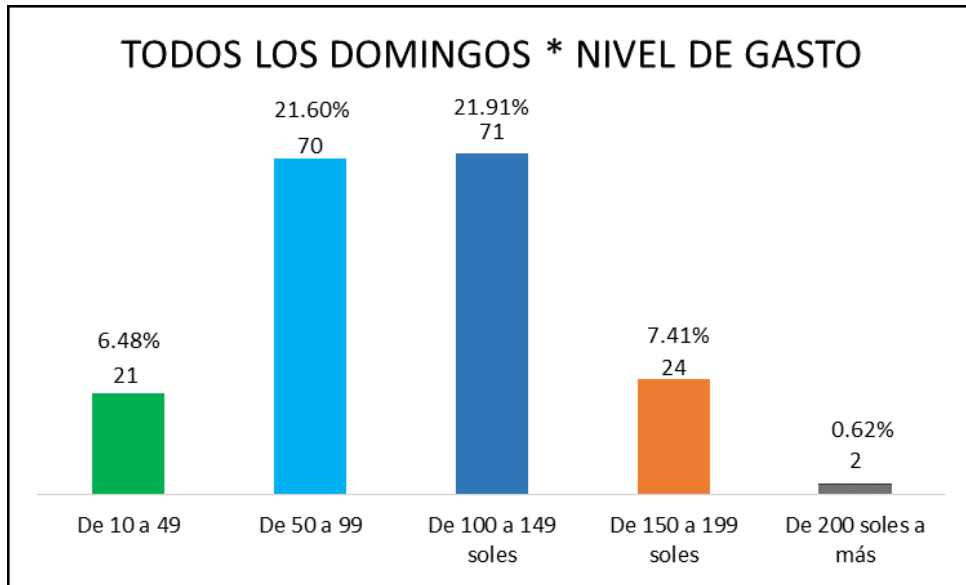


Figura 37

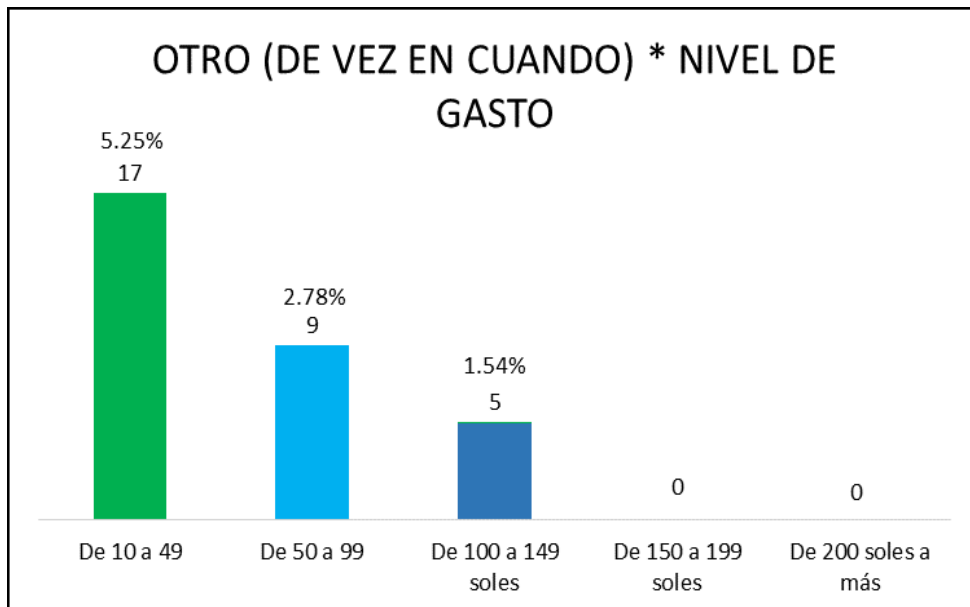


Figura 38

Prueba de hipótesis:

H₀: No existe relación entre los factores socioeconómicos y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco.

H₁: Existe relación entre los factores socioeconómicos y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco.

TABLA 12
FRECUENCIA DE VISITAS * NIVEL DE CONSUMO

Correlaciones

			Frecuencia de Visita	Nivel de Gasto
Rho de Spearman	Frecuencia de Visita	Coefficiente de correlación	1,000	0,205**
		Sig. (bilateral)	0	0,000
		N	324	324
	Nivel de Gasto	Coefficiente de correlación	0,205**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	0
		N	324	324

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia – SPSS

El nivel de significancia 0.00 es menor que 0.05. Por lo tanto, se considera que existe correlación entre la frecuencia de visita y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco.

El coeficiente de correlación calculado es 0.205 y el coeficiente de correlación de Spearman tiene un valor máximo igual a 1. Podemos concluir que la correlación entre la frecuencia de visita y el nivel de consumo es directa pero débil.

5. Conclusiones

De acuerdo con el análisis y la interpretación de los resultados; cuyo objetivo es determinar la relación que existe entre los factores socioeconómicos y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco. Se concluye lo siguiente:

1. Los factores sociales tales como sexo y distrito de residencia, influyen significativamente en el consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco, tal como se evidencian en las tablas: 2, 7, 8 y 9 respectivamente; donde se percibe que la mayoría de las personas encuestadas que realizan sus compras en la feria ecológica de Barranco son jóvenes. Las personas que más acuden a la feria y por ende las que gastan más son las mujeres, el cual representa un 75.93%. Observándose que el mayor gasto se da entre los rangos de 50 a 149 soles; de las personas encuestadas. Asimismo, la gran mayoría de ellos viven en los distritos de Barranco y Miraflores; quienes mayormente gastan de 50 a 149 soles.
2. Los factores económicos de ocupación, ingreso económico y frecuencia de visitas influyen significativamente en el consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco; tal como se muestran en las tablas: 3, 4, 5, 10, 11 y 12. Donde, las personas encuestadas, mayormente son trabajadores dependientes y gastan dentro de todos los rangos que se indica en el nivel de gasto; teniendo mayor importancia en los rangos de 50 a 149 soles. En cuanto a los ingresos económicos de las personas que se encuestaron, la mayoría percibía ingresos igual o superior a los 3000

soles y gastan entre 50 a 149 soles cada que realizan sus compras en la feria ecológica de Barranco. Un número muy reducido con ingresos económicos de 100 a 930 que representa el 3.09% gasta mayormente de 10 a 49 soles. Del total de personas encuestadas, el 58.02% asisten a la feria ecológica de Barranco todos los domingos y entre los rangos que más gastan es de 50 a 149 soles.

3. Los resultados también demuestran que, no solamente las personas que viven en distritos aledaños a Barranco recurren a la feria para realizar sus compras; como es el caso de los que provienen del distrito de San Borja que representa un 5.86% y aproximadamente la mitad de ellos gastan de 150 a 199 soles. Del mismo modo con las personas que provienen de otros distritos como Bella Vista, Chosica, La Molina, Magdalena del Mar, Punta Hermosa, San Miguel y San Isidro, quiénes representan un 5.86% y gastan dentro de los rangos de 10 a 99 soles, cómo se observan en las tablas 2 y 9.
4. Con respecto a la contrastación o prueba de hipótesis de muestras relacionadas, con un nivel de confianza del 95% se puede afirmar que el factor edad no se relaciona con el nivel de consumo, los factores sociales sexo y distrito de residencia se correlacionan directamente con el nivel del consumo al igual que los factores económicos ocupación, ingreso económico mensual y frecuencia de visitas.

6. Recomendaciones

1. Se recomienda al Gobierno Local autorizador de la feria ecológica de Barranco, implementar mayor difusión a través de sus medios de comunicación, sobre las bondades de los diferentes productos que se ofrecen en dicha feria y traspasar sus fronteras para recibir la visita de mayor cantidad de personas y de otros distritos. Así mismo, recomendar a los estudiantes que van a realizar investigaciones similares, puedan hacerlo con relación al motivo por qué las mujeres son las que más gastan en la adquisición de productos ecológicos.
2. Recomendar al Gobierno Local de Barranco, implementar el subsidio consistente en la exoneración o disminución del pago mensual que realizan los productores al ofrecer sus productos en esta feria, cuya finalidad sea abaratar costos para que los productos orgánicos puedan estar al alcance de los grupos con menores ingresos económicos.
3. Recomendar a los gobiernos locales que aún no cuentan con este tipo de ferias; y a las organizaciones que se encargan de promover la venta de productos orgánicos a fin de brindar las facilidades para que estos productores puedan ofrecer directamente sus productos; y de esta manera abaratar costos a fin de que los productos puedan llegar a los hogares con menos ingresos económicos. Asimismo, realizar la difusión adecuada sobre las bondades de los productos a expenderse de tal manera que este

tipo de población pueda priorizar su adquisición a fin de optar por una vida saludable.

4. Recomendar de manera muy especial a la universidad a motivar mayores investigaciones sobre el tema, teniendo en cuenta su gran importancia, con la finalidad de sensibilizar a mayor cantidad de nuestra población que no solo sean jóvenes; también de edades mayores para el consumo de productos orgánicos bajo la intención de lograr una vida saludable.

7. Referencias Bibliográficas

- Alimentos producidos Orgánicamente (2007). *Codex Alimentarius*, (tercera edición).
- APEIM. (Julio de 2018). NIVELES SOCIOECONÓMICOS 2018. Obtenido de <http://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2019/11/APEIM-NSE-2018.pdf>
- Arellano, R. (2017), *Mucho más que sentir: LATIR*, Lima, Perú: Editorial Planeta Perú S.A.
- Aroca, A. & Muzzio, E. (2016). *Desarrollo de una campaña integral de Marketing Verde como alternativa socioeconómica sostenible para potencializar un consumo saludable en los hogares de la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas* (tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil. Guayaquil.
- Casas, L. (2016). *Oportunidades comerciales para el mercadeo de productos agroecológicos y procesados de la asociación APECY en ferias ecológicas de Lima Metropolitana* (tesis de pregrado). Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima, Perú.
- Canabal, Contreras & León (2006), *Diversidad rural: Estrategias económicas y procesos culturales*, México D.F.: Editorial Plaza y Valdés, S.A. de C.V.
- Cisneros, G. (2012). Salud en un Bocado. *Dionisos*. Año 14 (89). 45-49.
- Cortés, L. (1995). *La cuestión residencial. Bases para una sociología del habitar*, Madrid: Editorial Fundamentos.

- Crepeau, E., Cohn, E. & Schell, B. (2008). *Terapia ocupacional*, Buenos Aires: Médica Panamericana.
- Cuevas, F. (2002). *Control de costos y gastos en los restaurantes*, México D.F: Editorial Limusa S.A. de C.V. Grupo Noriega Editores.
- De Souza, M., Montoya, F. & Peñaloza, E. (2009). *Plan de negocios para producir y comercializar productos y vegetales orgánicos en Lima* (tesis maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Esteban, A., García de Madariaga, J., Narros, M., Olarte, C., Reinares, E. & Saco, M. (2008). *Principios de Marketing*. Madrid, España: ESIC Editorial.
- Ferrucci (2000), La importancia del mercado en la investigación agraria para el desarrollo alternativo. *Orientación de la investigación Agraria hacia el Desarrollo Alternativo*, 35.
- Gómez, R. & Morales, M. (2012). La agricultura orgánica: los beneficios de un sistema de producción sostenible. *Documento de discusión*. Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.
- Gutiérrez, E., Escobar, H. & Gutiérrez, A. (2007). *Hacienda pública. Un enfoque económico*, Medellín: Editorial Sello.
- Hernández, Fernández & Baptista (2010), *Metodología de la Investigación*, México D.F: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA editores S.A. de C.V.
- Herrera, Francisco (2014), Alimentos orgánicos, convencionales y transgénicos. Relación con la salud humana y el ambiente. *Ambientico*, 242, 4-11.

- Higuchi, A. (2015). Características de los consumidores de productos orgánicos y expansión de su oferta en Lima. *APUNTES*, (XLII), 57-89.
- Jaffé, K. (2007), *La riqueza de las naciones: una visión interdisciplinaria*, Caracas, Venezuela: Editorial Equinoccio
- Mankiw, G. (2006). *Macroeconomía*, Barcelona: Antoni Bosch, editor, SA.
- Martín, A. (2013), *Comer para ser mejores. Claves para una alimentación saludable para toda la familia*, España: Editorial Grijalbo.
- Montero, C. (2003). *Alimentación y vida saludable*, Madrid: R.B. Servicios Editoriales, S. L.
- Moreira, W. (2016). *Análisis del comportamiento del consumidor de alimentos orgánicos, en las principales cadenas de supermercados de la ciudad de Guayaquil* (tesis maestría). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil.
- Ricoy, C. (2005). La teoría del crecimiento económico de Adam Smith. *Economía y Desarrollo*, (138), 11 – 14.
- Rodríguez, A., Muñoz, A., y González, D. (2013). Historia, definición y legislación de las ferias comerciales. *Anuario jurídico y Económico Escurialense*, 46, 449 – 466.
- Rodríguez, V. & Magro, E. (2008): *Bases de la alimentación humana*, La Coruña, España: Editorial Netbiblo S.L.
- Vasco, C., Palacios, G. & Paspuel, S. (2015). Determinantes socioeconómicos del consumo de productos ecológicos en Quito. *SIEMBRA*, 2, 24-27.

Anexos

Anexo 1: Matriz

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES			INDICADORES	METODOLOGÍA	
¿Cuál es la relación entre los factores socioeconómicos y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco, los días domingos del mes de julio de 2019?	Determinar los factores socioeconómicos y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco	Existe relación entre los factores socioeconómicos y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco	Variables Independientes	Factores Socioeconómicos	Factores Sociales	Sexo Edad Distrito de residencia	Diseño de la investigación	La presente investigación se plantea como una investigación cuantitativa de tipo correlacional, no experimental, transversal
					Factores Económicos		Ocupación Ingreso económico Frecuencia de visita	Informantes
			Variable Dependiente	Nivel de Consumo	Gasto	Muestra y análisis de datos	Lugar de estudio	Feria ecológica de Barranco, ubicado en el distrito de Barranco, Lima
							Instrumento de recopilación de	Encuesta a través de un cuestionario
							Muestra y análisis de datos	La muestra es de 324 personas, para el análisis de datos se utilizó el software estadístico SPSS

Anexo 2: Validación

Relación entre los factores socioeconómicos y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco

Buenos días/ tardes, mi nombre es Berenice Huamaní Silva, alumna de la universidad Le Cordon Bleu, entrevistadora para un trabajo de investigación relacionado con la feria ecológica de Barranco. Quisiera tomar unos minutos de su tiempo para solicitarle sus opiniones, el cual será tratado de forma anónima. Gracias.

Objetivo de la investigación: Determinar la relación entre los factores socioeconómicos y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco.

1. Sexo

- Femenino
 Masculino

2. Edad

- 18 a 25 años
 26 a 35 años
 36 a 50 años
 Más de 50 años

3. ¿Cuál es su ocupación?

- Dependiente
 Independiente
 Estudiante
 Ama de casa
 Otro (especificar): _____

4. ¿Cuál es su distrito de residencia?

- Barranco
 Chorrillos
 Miraflores
 Santiago de Surco
 Otro: _____

5. ¿Cuál es su ingreso económico mensual personal?

*Poner alternativa
 [100-900]
 [930-1500]...*

6. ¿Con qué frecuencia visita la feria ecológica de Barranco?

- Todos los domingos
 Un domingo al mes
 Cada dos domingos por mes
 Otro (especificar): _____

7. ¿Cuánto gasta en promedio en cada visita a la feria ecológica de Barranco?

similar a la pregunta 5.

- Entre 10 a 50 soles
 Entre 50 a 100 soles
 Entre 100 a 150 soles
 Entre 150 a 200 soles
 De 200 soles a más

8. ¿Qué factores considera más relevantes a la hora de realizar sus compras en la feria ecológica de Barranco? (puede marcar más de una opción).

no relevante

- Atención al cliente
- Precios
- Variedad de productos
- Tiene todo en un solo lugar
- Otros: _____

9. ¿Cómo se enteró de esta feria?

- Redes sociales
- Por amigos o familiares
- Paneles de publicidad
- Radio
- Otro: _____

Satisfacción
intenc

10. ¿Aumentaría su consumo de productos orgánicos si se vendieran a menos precio?

- Sí
- No

Validación del Instrumento

Objetivo del Proyecto de Investigación: Determinar la relación entre los factores socioeconómicos y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco.


Le solicitamos validar el cuestionario referente al objetivo antes mencionado; según los criterios a continuación:

Responder de 1 al 5 según corresponda con respecto al tema de investigación:

1=M.Malo 2=Malo 3=Regular 4=Bueno 5=M.Bueno

Ítem	Criterios	Validación				
		1	2	3	4	5
1	¿El cuestionario tiene buena relación con el problema?				X	
2	¿El cuestionario facilita la comprensión de los encuestados?			X		
3	¿El número de preguntas de la encuesta es adecuado?				X	
4	¿La formulación de las preguntas del cuestionario es la correcta?			X		
5	¿El diseño del cuestionario facilitará el análisis y su procesamiento de datos?				X	
6	¿Todos los ítem del cuestionario están bien formulados?			X		
7	¿Agregaría algún ítem?				X	
8	¿El diseño del instrumento será accesible a tomar la muestra?					X
9	¿La redacción de las preguntas es clara y sencilla?					X
10	¿Existe coherencia interna entre las preguntas del instrumento?			X		

Nombre: Wenddy Zabalaga Pajuelo

Firma: 

Agradecemos su tiempo prestado.

PRelación entre los factores socioeconómicos y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco

Buenos días/ tardes, mi nombre es Berenice Huamaní Silva, alumna de la universidad Le Cordon Bleu, entrevistadora para un trabajo de investigación relacionado con la feria ecológica de Barranco. Quisiera tomar unos minutos de su tiempo para solicitarle sus opiniones, el cual será tratado de forma anónima. Gracias.

Objetivo de la investigación: Determinar la relación entre los factores socioeconómicos y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco.

1. Sexo

- Femenino
 Masculino

2. Edad

- 18 a 25 años
 26 a 35 años
 36 a 50 años
 Más de 50 años

3. ¿Cuál es su ocupación?

- Dependiente
 Independiente
 Estudiante
 Ama de casa
 Otro (especificar): _____

4. ¿Cuál es su distrito de residencia?

- Barranco
 Chorrillos
 Miraflores
 Santiago de Surco
 Otro: _____

5. ¿Cuál es su ingreso económico mensual personal?

6. ¿Con qué frecuencia visita la feria ecológica de Barranco?

- Todos los domingos
 Un domingo al mes
 Cada dos domingos por mes
 Otro (especificar): _____

7. ¿Cuánto gasta en promedio en cada visita a la feria ecológica de Barranco?

- Ente 10 a 50 soles
 Entre 50 a 100 soles
 Entre 100 a 150 soles
 Entre 150 a 200 soles
 De 200 soles a más

8. ¿Qué factores considera más relevantes a la hora de realizar sus compras en la feria ecológica de Barranco? (puede marcar más de una opción).

- Atención al cliente
- Precios
- Variedad de productos
- Tiene todo en un solo lugar
- Otros: _____

9. ¿Cómo se enteró de esta feria?

- Redes sociales
- Por amigos o familiares
- Paneles de publicidad
- Radio
- Otro: _____

10. ¿Aumentaría su consumo de productos orgánicos si se vendieran a menos precio?

- Sí
- No

3. cerca de casa (quitar)

5. Poner escalas

7. 10 - 49
50 - 99
100 - 149
150 - 200 ...

8, 9, 10 : NO. es más satisfacción
ordenar preguntas (sociales y económicas).

Validación del Instrumento

Objetivo del Proyecto de Investigación: Determinar la relación entre los factores socioeconómicos y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco.

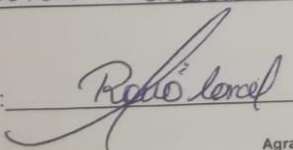
Le solicitamos validar el cuestionario referente al objetivo antes mencionado; según los criterios a continuación:

Responder de 1 al 5 según corresponda con respecto al tema de investigación:

1=M.Malo 2=Malo 3=Regular 4=Bueno 5=M.Bueno

Ítem	Criterios	Validación				
		1	2	3	4	5
1	¿El cuestionario tiene buena relación con el problema?			X		
2	¿El cuestionario facilita la comprensión de los encuestados?			X		
3	¿El número de preguntas de la encuesta es adecuado?				X	
4	¿La formulación de las preguntas del cuestionario es la correcta?				X	
5	¿El diseño del cuestionario facilitará el análisis y su procesamiento de datos?			X		
6	¿Todos los ítem del cuestionario están bien formulados?			X		
7	¿Agregaría algún ítem?				X	
8	¿El diseño del instrumento será accesible a tomar la muestra?			X		
9	¿La redacción de las preguntas es clara y sencilla?			X		
10	¿Existe coherencia interna entre las preguntas del instrumento?				X	

Nombre: Reneo Loral Navarro

Firma: 

Agradecemos su tiempo prestado.

Validación del Instrumento

Objetivo del Proyecto de Investigación: Determinar la relación entre los factores socioeconómicos y el nivel de consumo de los asistentes a la feria ecológica de Barranco.

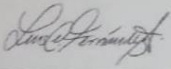
Le solicitamos validar el cuestionario referente al objetivo antes mencionado; según los criterios a continuación:

Responder de 1 al 5 según corresponda con respecto al tema de investigación:

1=M.Malo 2=Malo 3=Regular 4=Bueno 5=M.Bueno

Ítem	Criterios	Validación				
		1	2	3	4	5
1	¿El cuestionario tiene buena relación con el problema?					X
2	¿El cuestionario facilita la comprensión de los encuestados?				X	
3	¿El número de preguntas de la encuesta es adecuado?				X	
4	¿La formulación de las preguntas del cuestionario es la correcta?				X	
5	¿El diseño del cuestionario facilitará el análisis y su procesamiento de datos?				X	
6	¿Todos los ítem del cuestionario están bien formulados?				X	
7	¿Agregaría algún ítem?			X		
8	¿El diseño del instrumento será accesible a tomar la muestra?					X
9	¿La redacción de las preguntas es clara y sencilla?					X
10	¿Existe coherencia interna entre las preguntas del instrumento?					X

Nombre: Luis Carlos Fernández Alvarado

Firma : 

Agradecemos su tiempo prestado.