

**LUGAR DE COMPRA Y PREFERENCIA DE TIPO DE TORTILLA EN IRAPUATO,  
GUANAJUATO <sup>a</sup>****PURCHASE PLACE AND TORTILLA PREFERENCE IN IRAPUATO,  
GUANAJUATO**González-Ramírez, J.P.<sup>1</sup>; López-Rocha, E.<sup>1\*</sup><sup>1</sup>*División de Ciencias de la Vida- Universidad de Guanajuato. Km 9 carretera Irapuato-Silao, Ex Hda. El Copal, Irapuato, Gto., 36500 México.*\* E-mail: [vrelopezr@hotmail.com](mailto:vrelopezr@hotmail.com)

Fecha de envío: 28, julio, 2018

Fecha de publicación: 01, diciembre, 2019

**Resumen:**

En los últimos años, los cambios sociodemográficos en la sociedad mexicana han provocado e influenciado el comportamiento de compra de alimentos básicos como la tortilla. El presente trabajo se enfocó a determinar la relación que existe entre el nivel de ingreso con el lugar de compra y preferencia del tipo de maíz con que se elaboran las tortillas. La información se obtuvo mediante una encuesta semiestructurada, aplicada a 103 individuos. Para analizar la información se usaron tablas de contingencia, frecuencias relativas y pruebas de asociación mediante la distribución  $X^2$ ; se segmentaron las variables cuantitativas y categóricas de carácter económico y social. La población con un ingreso y consumo medios prefieren las tortillas elaboradas con maíz blanco. La relación entre el nivel de ingreso, consumo y la preferencia de realizar sus compras en tortillerías próximas a los hogares es alta para aquellos que se ubican en un nivel de ingreso alto y tienen un consumo medio.

**Palabras clave:** maíz nixtamalizado, puntos de venta, tortilla.**Abstract:**

In recent years, social and economic changes in Mexican society, has caused and influenced the behavior of basic foods such as tortilla. The present work focuses on the relationship between the level of income, purchase place and preference of the type of corn used to make tortillas. The information was obtained through a semi-structured survey, applied to 103 individuals. To analyze the data, relative frequencies and association tests by  $X^2$  distribution were used, quantitative and categorical variables of economic and social kind were segmented. Consumers with an average income and consumption in relation prefer tortillas made with white corn. The relationship between the level of income, consumption and the preference to make purchases in tortillerías near homes is high for those who are at a high-income level and have a medium consumption.

**Keywords:** nixtamalized corn, points of sale, tortilla.

---

<sup>a</sup> Este trabajo se realizó con las actividades de extensión, de los profesores del programa educativo Agronegocios, Campus Irapuato-Salamanca, Universidad de Guanajuato, México.