

La χ^2 que relaciona los niveles de ingreso y consumo con la preferencia de los consumidores en 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; dado que la probabilidad de encontrar una χ^2 alta es muy baja, se rechaza la hipótesis nula. El nivel de ingreso alto, con un nivel de consumo medio tiene una rrelación de 66% con la compra de tortillas en una tortillería común (Cuadro 6 y 7). Desde la década de los noventa el 77% de la venta de tortilla en México se realizaba en tortillerías de barrio (tortillería común) (Soria, 1999). Al contrastar los datos, se puede observar que en la actualidad la venta en tortillerías comunes ha disminuido, al menos para los niveles de ingreso bajo y medio.

El precio diferente de la tortilla entre los establecimientos del país da muestra de la desventaja de las pequeñas empresas (tortillerías) ante las cadenas comerciales que se manifiesta en su menor capacidad de negociación, lo que les reduce la posibilidad de enfrentar la presión de los distribuidores y cuyo nivel de ingresos no les permite un almacenamiento de maíz mayor a siete días, por lo que transfieren sus altos costos al consumidor (Calleja-Pinedo y Valenzuela, 2016).

Cuadro 6. Pruebas de chi-cuadrado de Pearson para el lugar de compra.

Table 6. Pearson's chi-square tests for the place of purchase

		Nivel de ingreso		
		bajo	medio	alto
PTMA	Chi-cuadrado	8.75	10.02	22.87
	gl	8.00	8.00	6.00
	Significancia	0.38	0.29	0.001

