



Universidad de los Andes
Facultad de Medicina
Escuela de Nutrición y Dietética



**FACTORES ASOCIADOS CON LA COMPRA DE ALIMENTOS DEL
MERCAL DE EJIDO, ESTADO MÉRIDA.**

bdigital.ula.ve

Autores

Cesar Ocanto Albarran C.I 20047927

Dessire Vielma Diaz C.I 20354562

MÉRIDA, 2016



Universidad de los Andes
Facultad de Medicina
Escuela de Nutrición y Dietética



**FACTORES ASOCIADOS CON LA COMPRA DE ALIMENTOS DEL
MERCAL DE EJIDO, ESTADO MÉRIDA.**

bdigital.ula.ve

Tutor

MSc. Marisol Holod

Autores

Cesar Ocanto Albarran C.I 20047927

Dessire Vielma Diaz C.I 20354562

MERIDA, 2016

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE FIGURAS	v
ÍNDICE DE TABLAS	vii
RESUMEN.....	viii
INTRODUCCION.....	1
CAPITULO I.....	4
EL PROBLEMA.....	4
Objetivo de la investigación.....	6
General	6
Específicos.....	6
Justificación.....	8
CAPÍTULO II.....	11
MARCO TEÓRICO	11
Antecedentes	11
Bases Teóricas.....	16
Definición de términos.....	22
CAPITULO III.....	26
MARCO METODOLOGICO.....	26
Tipo y Diseño de la Investigación.....	26
Población y Muestra	26
Instrumentos y Técnicas para la Recolección de datos	27
Técnicas de Procesamiento y análisis de los datos.....	27
CAPITULO IV.....	28

Resultados.....	28
Discusiones de los Resultados.....	42
CAPITULO V.....	45
Conclusiones.....	45
Recomendaciones.....	47
Referencias.....	48
Anexos.....	53

bdigital.ula.ve

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. FACTORES DETERMINANTES DE LOS USUARIOS PARA REALIZAR COMPRA DE ALIMENTOS EN EL MERCAL DE EJIDO, ESTADO MÉRIDA.....	28
FIGURA 2. ALIMENTOS DEL GRUPO AMARILLO QUE SE ADQUIEREN EN EL MERCAL DE EJIDO, ESTADO MÉRIDA.....	30
FIGURA 3. ALIMENTOS DEL GRUPO AZUL QUE SE ADQUIEREN EN EL MERCAL DE EJIDO, ESTADO MÉRIDA.....	31
FIGURA 4. ALIMENTOS DEL GRUPO GRIS QUE SE ADQUIEREN EN EL MERCAL DE EJIDO, ESTADO MÉRIDA.....	32
FIGURA 5. ALIMENTOS DEL GRUPO NARANJA QUE SE ADQUIEREN EN EL MERCAL DE EJIDO, ESTADO MÉRIDA.....	33
FIGURA 6. ALIMENTOS (VARIOS) QUE SE ADQUIEREN EN EL MERCAL DE EJIDO, ESTADO MÉRIDA.....	34
FIGURA 7. CONDICION SOCIOECONOMICA SEGÚN EL METODO DE GRAFFAR MODIFICADO, DE LAS FAMILIAS QUE REALIZAN COMPRA DE ALIMENTOS EN EL MERCAL DE EJIDO, ESTADO MÉRIDA.....	35
FIGURA 8. OCUPACIÓN Y NIVEL EDUCATIVO DE LA PERSONA QUE APORTA INGRESO ECONOMICO AL HOGAR.....	36
FIGURA 9. RELACIÓN DE INGRESO MENSUAL FAMILIAR CON LO DESTINADO A LA COMPRA DE ALIMENTOS EN EL MERCAL DE EJIDO DEL ESTADO MÉRIDA.....	40

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. Operacionalización de la variable	22
TABLA 2. RELACIÓN DE LAS FAMILIAS CON PROGRAMA SOCIALES ECONOMICOS, EL NUMERO DE INTEGRANTES POR FAMILIA Y LAS PERSONAS QUE APORTAN ECONOMICAMENTE AL HOGAR.....	36
TABLA 3. FACTORES DETERMINANTES DE LOS USUARIOS PARA REALIZAR COMPRA DE ALIMENTOS EN EL MERCAL DE EJIDO, ESTADO MÉRIDA.....	60
TABLA 4. ALIMENTOS QUE SE ADQUIEREN CON MAYOR FRECUENCIA EN EL MERCAL DE EJIDO, ESTADO MÉRIDA.	57
TABLA 5. CONDICION SOCIOECONOMICA SEGÚN EL METODO DE GRAFFAR MODIFICADO, DE LAS FAMILIAS QUE REALIZAN COMPRA DE ALIMENTOS EN EL MERCAL DE EJIDO, ESTADO MÉRIDA.....	58
TABLA 6. OCUPACIÓN Y NIVEL EDUCATIVO DE LA PERSONA QUE APORTA INGRESO ECONOMICO AL HOGAR	59
TABLA 7. RELACIÓN DE INGRESO MENSUAL FAMILIAR CON LO DESTINADO A LA COMPRA DE ALIMENTOS.¡Error! Marcador no definido.	



Universidad de los Andes
Facultad de Medicina
Escuela de Nutrición y Dietética



RESUMEN

FACTORES ASOCIADOS CON LA COMPRA DE ALIMENTOS DEL MERCAL DE EJIDO, ESTADO MÉRIDA.

bdigital.ula.ve

Autores: Cesar L. OcantoAlbarran

DessireVielmaDiaz

Fecha: Abril de 2016

La presente investigación tuvo como objetivo determinar los factores asociados con la compra de alimentos del mercal de ejido, estado Mérida. El cual se realizó mediante una investigación de campo, de corte transversal. La población que se estudio fue conformada por 100 usuarios que asisten al centro de compras publico MERCAL de la zona, a los cuales se les realizó una encuesta para determinar los diferentes factores y tener resultados propios de la investigación, Los datos obtenidos se sometieron a un análisis estadístico a través del programa SPSS para Windows versión 19.0. Donde se obtuvo que un 63% de los usuarios asisten al centro de compras por razones de economía, así mismo el 45% pertenecen al estrato socioeconómico III según el método de graffar modificado, y del ingreso mensual al hogar destinan un 80,4% en alimentación. Concluyendo que existen diversos factores que influyen a la hora de realizar compra de alimentos, en dicho centro predominando ahorrar costos en alimentación,

factores socioeconómicos como: disponibilidad de alimentos, educación, economía del hogar.

Palabras clave: mercal, alimentación, socioeconómicos, ingresos, compras.

bdigital.ula.ve

INTRODUCCION

En Venezuela, en los últimos años, los cambios económicos que se han suscitado en el país han generado cambios en los hábitos de compra de alimentos del consumidor, trayendo como consecuencia que la capacidad de consumo se limite por la recesión económica y el costo de la canasta básica se eleva de manera continua y acelerada. Según la cátedra de mercadotecnia del programa de postgrado en la especialidad de Gerencia de la calidad y productividad, de la Universidad de Carabobo, la cual ha venido investigando la realidad del consumidor venezolano y de su comportamiento, ha encontrado que éste vive desde hace varios años en un ambiente económico deteriorado, que ha afectado su capacidad de compra de alimentos. Mientras sus remuneraciones han bajado, los precios aumentan y ello ha originado una nueva conducta racional impulsiva. (Caucerio, 2007).

Desde esta perspectiva, el consumidor elabora presupuestos de gastos, compara precios e incluso sacrifica calidad por precio. En este escenario, la lealtad hacia las marcas se debilita y las promociones y ofertas adquieren mayor importancia. Evidentemente que los problemas de niveles de inflación que se experimentan debido a esto es prioritario que se produzca un cambio

alimentario en la población, resulta necesario comprender mejor qué factores determinantes afectan a la elección de alimentos. (Obcit)

Actualmente la inmensa mayoría de las personas que padecen hambre en el mundo, viven en las zonas rurales y dependen de la autoproducción en la agricultura como mecanismo de subsistencia, ya que es la única fuente de ingresos y de alimentos. Suele ser población con muy bajo nivel de instrucción y por ende con muy escasas capacidades de prestar cuidados. Este mismo hecho de marginación y de extrema pobreza rural, genera el éxodo a las ciudades en busca de mejores oportunidades laborales, contribuyendo a aumentar la pobreza urbana, con serios problemas de hacinamiento y de mano de obra desocupada o subocupada, en trabajos muy poco calificados por sus bajos niveles de preparación, lo que agrava la situación de inseguridad alimentaria en las ciudades (Obcit).

Ante esta situación, una de las respuestas que habitualmente dan los gobiernos, y que obviamente son necesarias en la coyuntura, son los programas de política alimentaria, como mecanismo de acercar los alimentos a la población que no está en condiciones económicas de acceder a los mismos.

En Venezuela, como respuesta a la crisis alimentaria nace como política social, el Programa MERCAL, que tiene como objetivo fundamental resolver los problemas de emergencia de la problemática alimentaria de la población

venezolanapara cubrir las necesidades calóricas y nutricionales, siguiendo una política pública que pretende extenderse hacia espacios, nacional, regional y local. Estas políticas trascienden el ámbito de la agricultura e involucran a instancias de los sectores de industria, comercio y economía, dentro de un enfoque de desarrollo rural, para alcanzar objetivos de bienestar y calidad de vida, especialmente en las zonas deprimidas, siendo una política de alimentación más usada en la actualidad en el país, es de importancia entender cuáles son los factores que determinan a una población a elegir este centro de compra como el principal, a lo largo de la investigación se tratara de obtener los resultados y actualizaciones de los factores más influyentes.(Obcit)

bdigital.ula.ve

CAPITULO I

EL PROBLEMA

Actualmente en Venezuela hay diferentes alternativas para adquirir los alimentos a un bajo costo, destacando que la más utilizada por los venezolanos de los estratos sociales III y IV, es la Misión Mercal (Mercado de Alimentos) que es uno de las misiones incentivadas por el gobierno venezolano, esta misión consiste en construir y dotar almacenes y supermercados con alimentos y otros productos de primera necesidad a bajos precios para que sean accesibles a la población más necesitada. Los alimentos están subvencionados y llegan a los estantes sin intermediarios, de manera que los precios ofrecidos suelen tener un descuento de entre el 30 y el 45 por ciento de los observados en las otras cadenas de distribución (Rojas, A. 2009)

El gobierno venezolano en busca de una solución a la crisis alimentaria que vive el país establece que el objetivo fundamental de la Misión Mercal sea contribuir en forma sustancial a mejorar la situación nutricional, la salud y calidad de vida de la población venezolana de manera permanente y sustentable (Puente &López, 2008)

A 12 años de su creación, mercado de alimentos C.A (MERCAL), perdió el empuje de otros tiempos. No solo se mide en la escases de sus anaqueles (que en marzo de 2014- última fecha publicada- alcanzaba 50%, según datanálisis) y por las quejas de los compradores registradas durante un recorrido de runrún por 22 de los 30 establecimiento de la estatal en caracas los 10, 11 y 17 de abril 2015. En los últimos 4 años, cifras oficiales reflejan la caída en número de locales y toneladas de alimentos vendidas en una de las misiones banderas del gobierno de Hugo Chávez y su continuación Nicolás Maduro. Según la encuesta de consumo de alimentos del Instituto Nacional de Estadística (INE), entre el primer semestre de 2010 y 2014, el porcentaje de personas que adquirió al menos un producto de mercal bajo de 59% a 39%, es decir una caída de 20%. Y a la inversa de la proporción de compradores que dejo de adquirir productos de MERCAL aumentó de 41% a 62% en cuestión de 4 años. (Bon, 2015)

Dentro los estratos sociales IV y V, correspondiente a la pobreza relativa y critica – grupo poblacionales a los cuales originalmente va dirigido MERCAL - , los compradores bajaron de 30% a 21% y de 10% a 6% respectivamente. (Obcit)

Los consumidores tienen menos acceso a los productos de MERCAL en los últimos años. Si bien el número de beneficiarios entre 2006 y 2014 creció de 11.184.669 a 13.362.612 personas (16% en 9 años), según cifras de MINPAL, la cantidad de toneladas al año percapita disponible tiende a

disminuir de 117.7 toneladas por persona al año en 2006 bajo a 93.34 toneladas en 2014. (Obcit)

Es por esto, que hay diversas causas que dificultan la adquisición de dichos productos, y se hace necesario realizar una investigación sobre los diferentes factores que puedan asociarse a la adquisición de los alimentos de la red mercal. Debido a esto se considera pertinente plantearse las siguientes interrogantes:

¿Cuáles son los factores asociados que motivan al comprador a usar la red MERCAL?

¿Qué porcentaje del ingreso familiar es destinado a la compra de alimentos?

¿Cuáles son los alimentos más adquiridos en la misión MERCAL de Ejido, Estado Mérida?

Objetivo de la investigación

General

Determinar los factores asociados con la compra de alimentos en el MERCAL de Ejido, Estado Mérida.

Específicos

Indagar sobre los alimentos más adquiridos por los usuarios en el MERCAL de Ejido.

Relacionar el ingreso familiar con los gastos destinados a la compra de alimentos.

Identificar el estrato social de las familias usuarias de la misión MERCAL de Ejido.

Relacionar las familias beneficiarias de programas sociales, número de integrantes por familia y personas que aportan económicamente al hogar.

Establecer los factores por los cuales las personas adquieren sus alimentos en el MERCAL de Ejido.

Justificación

Lograr una alimentación saludable y que cumpla con los requerimientos calóricos y los diferentes nutrientes a nivel poblacional es todo un reto hoy en día e involucra múltiples aspectos que deben ser considerados. La adecuada nutrición, como prerrequisito para la buena salud depende entonces de diversos factores que intervienen en la relación entre comida y salud. La disponibilidad de alimentos, el cómo se prepara, el momento del consumo de los mismos conforman una importante cadena de elementos

muy importantes que comienza desde la realización de la compra en el mercado y termina en la ingestión de la comida preparada muchas veces en la mesa otras veces en diferentes lugares y cuya resultante es el estado nutricional de esta manera se establece la relación entre alimentación y nutrición. (Herrera, 2011)

El mismo autor refiere, que existen diversos factores a considerar cuando se trata de escoger los alimentos a consumir, dado que la elección de los alimentos a comprar es el primer paso en la cadena de la alimentación, debe considerarse cuáles son los elementos que determina esta decisión. La literatura reporta diferencias en calidad y variedad en los productos ofrecidos en ciertas redes públicas y privadas.

Debido a esto, los gastos para la compra de alimentos deben hacerse de manera cuidadosa, para aprovechar al máximo el ingreso mensual familiar, y así mismo cubrir los requerimientos nutricionales de la familia para obtener un estado de salud adecuado. (Díaz, 2008).

En tal sentido, los canales de compra preferidos por la mayoría de los venezolanos han sido tradicionalmente mercados libres, panaderías, abastos y bodegas. En los últimos años se han añadidos nuevos canales como la misión MERCAL, que está enfocado a brindar mejores ofertas y precios más razonables a un consumidor que se ha vuelto cada día más racional al

momento de compra y busca mayor atención precio-valor. (Puentes &López, 2008).

Asimismo, los venezolanos que adquieren los productos de la canasta básica alimentaria a través de la misión MERCAL obtienen entre 49% y 59% de ahorro en promedio comparado con los precios regulados por el gobierno nacional y con los que se encuentran en el mercado especulativo del sector privado (Carrero, M 2006).

En este orden de ideas surge la presente investigación, la cual busca determinar los factores asociados a la compra de alimentos del MERCAL de Ejido. El fin último del estudio es obtener información actualizada sobre los diferentes factores como socioeconómicos, y las causas de preferencia de adquisición en este centro público, esta misión de alimentos hoy en día tiene un gran impacto a nivel nacional, porque siendo un centro de compras donde el usuario busca reducir costos y encontrar los alimentos para el consumo, asegurando a su grupo familiar un alimentación adecuada para un buen desarrollo y estado nutricional adecuado.

Así mismo, este centro ubicado en Ejido, siendo el pionero en el Estado Mérida por encontrarse en adyacencias del casco urbano y el que tiene más afluencia de usuarios. Busca dar la mayor disponibilidad y accesibilidad de los alimentos a los usuarios y habitantes del estado, no obstante la investigación nos dará a conocer si se cumplen con los objetivos de esta

política alimentaria siendo el principal proveer de alimentos a las comunidades.

bdigital.ula.ve

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO
Antecedentes

Las investigaciones realizadas a lo largo del tiempo son de gran importancia por la relación que se tiene, es por ello que se considera pertinente presentar antecedentes que ayudaran a formalizar y comparar resultados de los mismo.

Tal es el caso de; un estudio transversal, con datos obtenidos durante la línea basal de un estudio experimental, en donde se evaluó factores asociados con la seguridad alimentaria en el Municipio rural del Norte del Cauca, Colombia, se determinó la seguridad alimentaria de 302 familias y los factores asociados a la misma. En estos hogares se aplicó una escala de seguridad alimentaria compuesta de 12 ítems y un cuestionario sociodemográfico. Los hogares se clasificaron con seguridad e inseguridad alimentaria leve, moderada y severa. El 44,73% de los hogares en S.A y el 55,63% con I.A, (41,39% presento I.A leve, 12,25% inseguridad moderada, 1,99% inseguridad severa) las familias que se encontraron en I.A tenían hogares en donde el número de personas que trabajan es relativamente menor al número de personas que allí vivían. En conclusión más de la mitad

de las familias encuestadas se encontraron en I.A y los factores que la influencia están asociados al ingreso familias. (Pico, y Pachón, 2012).

Otro estudio de tipo descriptivo con diseño no experimental, transeccional y de campo, tuvo como objetivo determinar la calidad de los servicios ofrecidos por MERCAL C.A del Municipio Maracaibo, implementando un cuestionario, el cual fue validado por cinco (5) expertos. El instrumento fue aplicado a una muestra no probabilística por cuotas seleccionada de 270 usuarios del MERCAL. Obteniéndose como resultado, que los usuarios en su mayoría tienen entre treinta (30) y cuarenta (40) años de edad, mayoritariamente mujeres, con instrucción básica, con ingresos menor al salario mínimo; Los usuarios reportaron asistir a este centro por razones económicas, esperando recibir del servicio comodidad, rapidez y eficacia, en su mayoría creen que nunca encuentran instalaciones físicas adecuadas. Afirman que solo algunas veces los productos están disponibles en los establecimientos, pero que estos son de calidad y cubren sus necesidades. Razón por la cual se mantiene la afluencia de consumidores, a pesar de haberse detectado evidentes fallas en la prestación del servicio. (Pedrique, 2009)

A continuación, se presentaran antecedentes de larga data, pero se consideran de gran importancia para la investigación, ya que este tema es muy poco abordado por la baja participación de los usuarios, siendo esta una política alimentaria perteneciente al estado. Aunado a esto tienen

interacciones significativas en las variables estudiadas y sus resultados son muy substanciales.

Tal es el caso, de un estudio de campo descriptivo de corte transversal, realizado con la finalidad de comparar la seguridad alimentaria en dos comunidades agroproductivas del Estado Mérida, y en el cual se determinó la clasificación social, el ingreso económico, género, ocupación y nivel de instrucción del jefe de hogar, y los gastos por alimentación. Para ello se estudiaron una muestra de 105 hogares aplicando el método aleatorio simple, y finalmente se seleccionaron 70 familias a las cuales se les aplicaron encuestas socioeconómicas, estos datos fueron procesados por una base de datos SPSS versión 10. Los resultados obtenidos arrojaron que ambas comunidades se encuentran en pobreza extrema, el jefe de familia es el hombre del hogar, el grado de instrucción solo llega a media diversificada y que para el mes las comunidades destinan alrededor del 20% de sus ingresos para los alimentos. (Angarita et al, 2008).

Otro estudio, prospectivo, descriptivo y de campo realizado en el ambulatorio de ejido, Mérida, Venezuela, de un total de 227 embarazadas atendidas, se tomó una muestra al azar sistematizado de 63 embarazadas adolescentes las cuales representan el 26,5% de la población estudiada. Se aplicó el método de Graffar modificado por Méndez-Castellano para detectar el estrato socioeconómico al que pertenecen. En conclusión El 54% pertenece a la clase obrera, 33,2% a la clase marginal. (Hernández, M y Salinas, P. 2007)

Bases Teóricas

Mercado de Alimentos (MERCAL, C.A.)

Efectúa el mercadeo y comercialización, permanente, al mayor y detal de productos alimenticios y otros productos de primera necesidad, manteniendo la calidad, bajos precios y fácil acceso para mantener abastecida a la población venezolana, especialmente la de escasos recursos económicos, incorporando al grupo familiar, a las pequeñas empresas y a las cooperativas organizadas, mediante puntos de comercio fijos y móviles; desarrollando una imagen corporativa en todos sus procesos y con apego a las normas que rigen la materia; para garantizar la seguridad alimentaria.” (Carrero, 2006).

MERCAL es la responsable del montaje y funcionamiento de la red de distribución desde los Centros de Acopio hasta los distintos tipos de puntos de venta.(Obcit).

Adicionalmente MERCAL ejecuta un programa de compras regionales de otro conjunto de productos alimenticios menos esenciales que deben ser adquiridos a pequeñas o medianas empresas y especialmente a cooperativas y empresas surgidas del proceso. El diferencial de precios de estos productos respecto de los del mercado es menor y debe ser cubierto

entre el proveedor y MERCAL, a pesar de que no aparecen normas al respecto. (Obcit).

Compra de alimentos

En la actualidad como consecuencia del aumento del costo de la vida, es importante distribuir de la mejor manera el presupuesto familiar los gastos de alimentación de manera cuidadosa, para aprovechar al máximo el presupuesto y al mismo tiempo satisfacer los requerimientos nutricionales de la familia (RENA, 2009)

Factores asociados en la alimentación

La alimentación del venezolano suele ser monótona, consume pocas frutas y vegetales, que son indispensables para una nutrición adecuada. Existen muchos factores que influyen en el consumo de alimentos, entre los principales se encuentra, el acceso, la disponibilidad y los hábitos alimentarios. (Román, 2008)

Cada día sentimos como debemos sacar más dinero del bolsillo, ante el alto costo de los alimentos, por lo tanto, es indispensable mejorar la distribución del presupuesto familiar, para que todos los miembros de la familia puedan alimentarse bien y mantener un estado nutricional adecuado. (Obcit)

En este sentido, hay que destacar que la pobreza no es sinónimo de desnutrición, pero indudablemente limita la capacidad de compra y en gran medida influye en la calidad y en la cantidad de alimentos que se desean adquirir. Por ejemplo, una familia con alto poder de compra puede seleccionar alimentos de baja calidad nutricional, tales como, enlatados o comida rápida, mientras que, una familia con menor poder de compra, pero bien informada puede seleccionar alimentos de mayor calidad nutricional.(Obcit)

Otro factor determinante es la disponibilidad de alimentos, que depende de la producción, importación, exportación y comercialización de los mismos. Cuando en el mercado no se encuentra un alimento, se puede sustituir por otro o utilizar combinaciones de los mismos, de igual calidad. En la selección, los hábitos alimentarios y la educación nutricional, determinan la preferencia que se tiene por uno u otro alimento, siendo otro de los factores que influyen en la nutrición de la familia. En esencia, es importante tener alguna noción sobre una alimentación variada y equilibrada, cuando compramos y preparamos los alimentos, para así mejorar la alimentación y la nutrición de nuestra familia.

Costos y accesibilidad de alimentos

Sin duda, el costo de los alimentos es uno de los principales factores que determinan la elección de alimentos. El hecho de que el costo sea prohibitivo o no depende fundamentalmente de los ingresos y del estatus socioeconómico de cada persona. Los grupos de población con ingresos bajos muestran una mayor tendencia a seguir una alimentación no equilibrada y, en particular, ingieren poca fruta y pocas verduras (De Irala-Estevez et al. 2000).

No obstante, el hecho de disponer de acceso a mayores cantidades de dinero no se traduce, por sí mismo, en una alimentación de mayor calidad, aunque la variedad de alimentos de entre los que elegir debería aumentar.

La accesibilidad a las tiendas es otro factor físico importante que influye en la elección de alimentos, y depende de recursos tales como el transporte y la ubicación geográfica. Cuando están disponibles dentro de pueblos y ciudades, los alimentos saludables tienden a ser más caros que en los supermercados de las afueras (Donkin et al. 2000).

No obstante, el hecho de aumentar el acceso, por sí solo, no es suficiente para que se consiga incrementar la compra de frutas y verduras, que siguen siendo consideradas por la población en general como prohibitivamente caras (Dibsdall et al. 2003).

Disponibilidad de alimentos

El suministro o disponibilidad de alimentos es un requisito esencial para la seguridad alimentaria y el bienestar nutricional de la población en constante crecimiento. Depende de la producción, principalmente en los países en desarrollo y, en las zonas rurales, depende específicamente de la producción para el consumo, en la cual juega un papel esencial la agricultura, visto que la mayoría de la población depende, o está vinculada, a esta forma directa de obtener alimentos. La disponibilidad de alimentos, depende, además, de la reducción de pérdidas post cosechas; de las políticas comerciales; del volumen de las importaciones (principalmente en los países desarrollados) y exportaciones; de los precios internacionales de los alimentos; de la disponibilidad de divisas para importar alimentos; y de la disponibilidad de ayuda alimentaria. (Acosta, 1994)

Muchos países adoptan políticas de autosuficiencia alimentaria por estimar como muy arriesgado depender del mercado internacional. La ayuda alimentaria ha desempeñado un papel decisivo en épocas de necesidad apremiante para algunos países. Sin embargo, ésta no es una fuente fiable de suministro alimentario para los países con déficit de alimentos y con bajos ingresos, visto que, cuando los precios del mercado mundial aumentan, los suministros de ayuda alimentaria de los donantes suelen reducirse. Por lo tanto, en estos países con déficit de alimentos, la medida más sostenible y fiable en relación a esto es el incremento de los ingresos de divisas, a través

del aumento de sus excedentes de exportación y la mejora del medio comercial internacional. (Eide, 1992).

bdigital.ula.ve

Definición de términos

Abastecimiento: es un término que se vincula con la acción y las consecuencias de abastecer. Este verbo hace referencia, por su parte, a proveer de aquello que es necesario para la supervivencia. (Diccionario de la Real Academia Española)

Acceso de alimentos: se refiere a que los alimentos deben distribuirse y estar disponibles localmente y ser accesibles para todos, depende de la demanda de estos que a su vez está determinada por el precio de los alimentos, los ingresos y factores demográficos. Al analizar el acceso real a los alimentos que poseen los diferentes sectores de la población permite estratificar los grupos poblacionales en base a la vulnerabilidad, precisar niveles de desnutrición y conocer sus causas para orientar acciones concretas. (Ramos, et al, 2007)

Canales de compra: es el circuito a través del cual los fabricantes (productores) ponen a disposición de los consumidores (usuarios finales) los productos para que los adquieran. La separación geográfica entre compradores y vendedores y la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesaria la distribución (transporte y comercialización) de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo.

Comprador: persona que está destinada a comprar diariamente los comestibles para el sustento de una casa o familia. (Diccionario de la Real Academia Española)

Disponibilidad de alimentos: La existencia de cantidades suficientes de alimentos de calidad adecuada, suministrados a través de la producción del país o de importaciones (FAO, 2006)

Usuario: dicho de una persona, que tiene derecho de usar o tener acceso a una cosa ajena con ciertas limitaciones. (Diccionario de la Real Academia Española)

bdigital.ula.ve

TABLA 1. Operacionalización de la variable

Variable	Dimensión	Indicadores	Items
Indagar sobre los alimentos más adquiridos por los usuarios en el mercal del municipio Campo Elías.	Compra de alimentos	Frecuencia de compra	<ol style="list-style-type: none"> 1. Razones económicas 2. Disponibilidad de alimentos 3. Facilidad para encontrar alimentos 4. Calidad de los alimentos 5. Cercanía del lugar
Identificar los factores socioeconómicos de las familias		Método de graffar modificado	<ol style="list-style-type: none"> 1.-Clase alta 2.-Clase media alta 3.-Clase media baja 4.-Clase obrera 5.- Clase marginal
Establecer los factores por los cuales las personas adquieren sus alimentos en el mercal de Ejido, municipio Campo Elías.		Datos socioeconómicos	<ol style="list-style-type: none"> 1.- Ingreso mensual por familia 2.- Destinado a la alimentación mensualmente
Relacionar el ingreso familiar con los gastos destinados a la compra de alimentos del MERCAL del Municipio Campo Elías.			

Fuente: Elaborado por los autores.

bdigital.ula.ve

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

Tipo y Diseño de la Investigación

El presente estudio es descriptivo, de campo, y de corte transversal, ya que permite medir o evaluar diversos aspectos del fenómeno en un momento determinado, donde se empleó una metodología que integro un instrumento de tipo encuesta, además permito establecer la situación de las variables involucradas en el estudio con relación a su presencia o ausencia, la frecuencia con la que se presenta el fenómeno, lugar y periodo donde ocurre.

Población y Muestra

En esta investigación se tomó una muestra representativa por medio un muestreo aleatorio simple, de usuarios que asistieron a realizar su compra en el MERCAL de Ejido Municipio Campo Elías, debido a que este MERCAL es el que tiene más afluencia de personas en el estado Mérida por encontrarse en una zona central y en el casco urbano. Se realizó en un periodo de tiempo establecido de 5 días, desde el 7 de marzo al 11 de marzo de 2016, en un horario comprendido de 8:00am a 12:00pm con usuarios que desearon colaborar y participar en el estudio. Con un margen de error del 10%, lo que represento el 90% del nivel de

Confiabilidad. Teniendo Criterios de Inclusión, que fueron los usuarios del establecimiento que desearon participar por su propia voluntad en el estudio.

Instrumentos y Técnicas para la Recolección de datos

En esta investigación se utilizó un instrumento (Anexo 1), creado por los autores y validado por profesores calificados de la Escuela de Nutrición y Dietética, de la Universidad De Los Andes con confiabilidad, se realizó teniendo en cuenta las diferentes variables que se desean investigar, donde se obtuvo toda la información necesaria para la misma, este conto con una:

I Parte: Evaluó los datos generales del participante.

II Parte: Obtención de la información económica, así mismo contara con el ingreso mensual y lo destinado a alimentación.

III Parte: información requerida para obtener resultados en base a los factores que determinan la compra de alimentos y cuáles de ellos son los más adquiridos,

Método de Graffar Modificado: Para calificar a la población en estratos sociales, considerando 4 variables: Procedencia del ingreso, Profesión del jefe del hogar, Nivel de instrucción de la madre, Condiciones de alojamiento.

Puntaje	Clase	Denominación
4-7	I	Estrato I
8-10	II	Estrato II
11-13	III	Estrato III
14-16	IV	Estrato IV
17-20	V	Estrato V

Técnicas de Procesamiento y análisis de los datos

Se realizó un análisis estadístico descriptivo, con un muestreo aleatorio simple, el cual se procesó con el programa “StatisticalPackagefor Social Science” (SPSS), versión 20.0, y los resultados fueron presentados por medio de estadísticas descriptivas en tablas de contingencia y gráficas.

bdigital.ula.ve

CAPITULO IV

Resultados

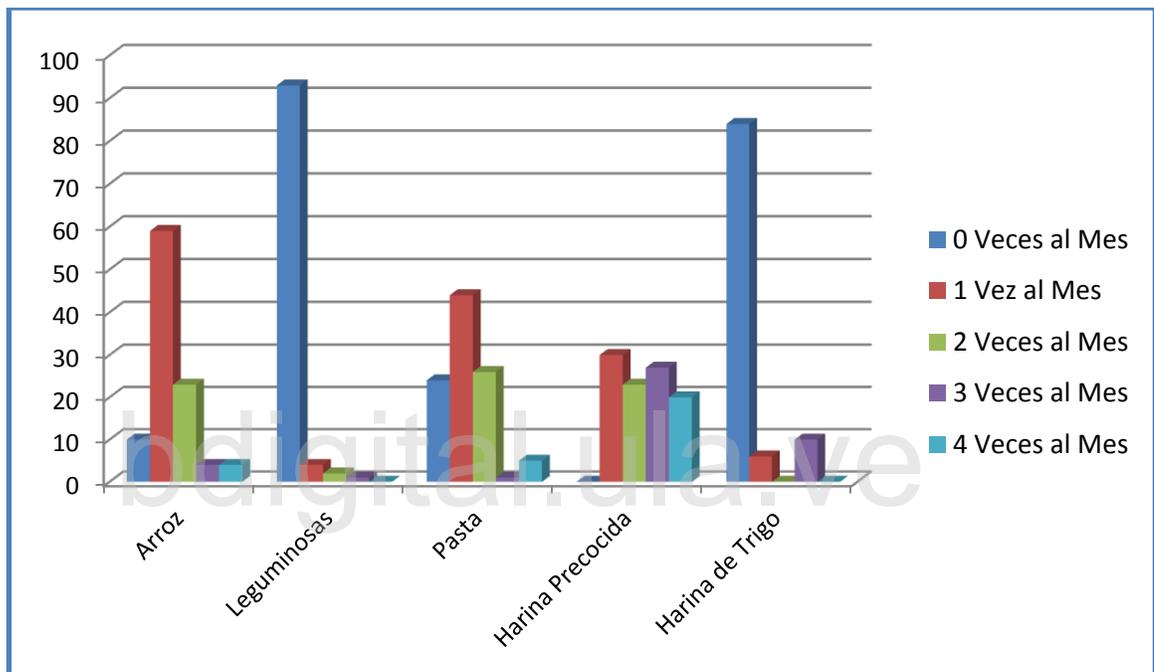


FIGURA 1. Alimentos Del Grupo Amarillo Que Se Adquieren En El MERCAL De Ejido, Estado Mérida.

FUENTE: ANEXO 3.

En la siguiente figura, se observa que los alimentos del grupo amarillo adquiridos por los usuarios los más adquiridos son: el arroz y la pasta reportando 1 vez al mes, a excepción de la harina precocida con una frecuencia de 3 veces al mes su compra, es caso contrario a la frecuencia de

compra y poca disponibilidad en este centro, de leguminosas y harina de trigo, reportando que nunca son adquiridos por los usuarios.

bdigital.ula.ve

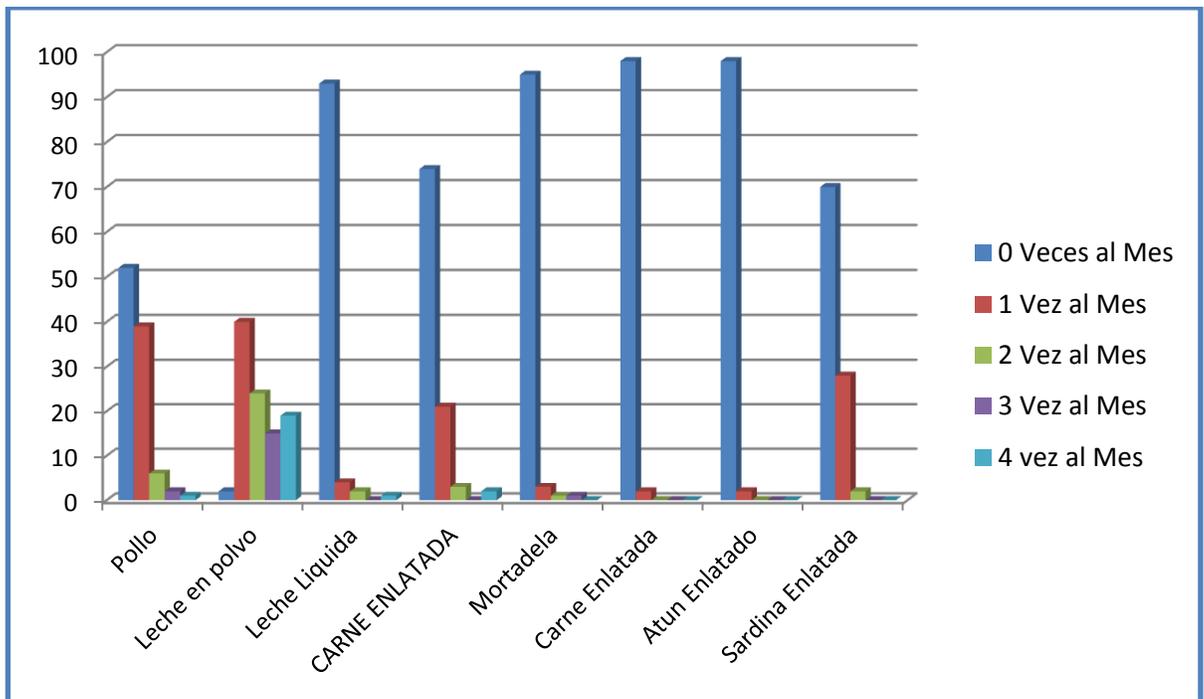


FIGURA 2. Alimentos Del Grupo Azul Que Se Adquieren En El MERCAL De Ejido, Estado Mérida.

FUENTE: ANEXO 3.

Se observa en la figura 2, que los alimentos del grupo azul fueron muy pocos obtenidos por los usuarios, reportando con una frecuencia de 1 vez al mes: pollo, leche en polvo, carne y sardina enlatada, mientras que productos como: leche líquida, mortadela, carne enlatada y atún enlatado, reportaron que nunca fueron obtenidos por los usuarios de este centro.

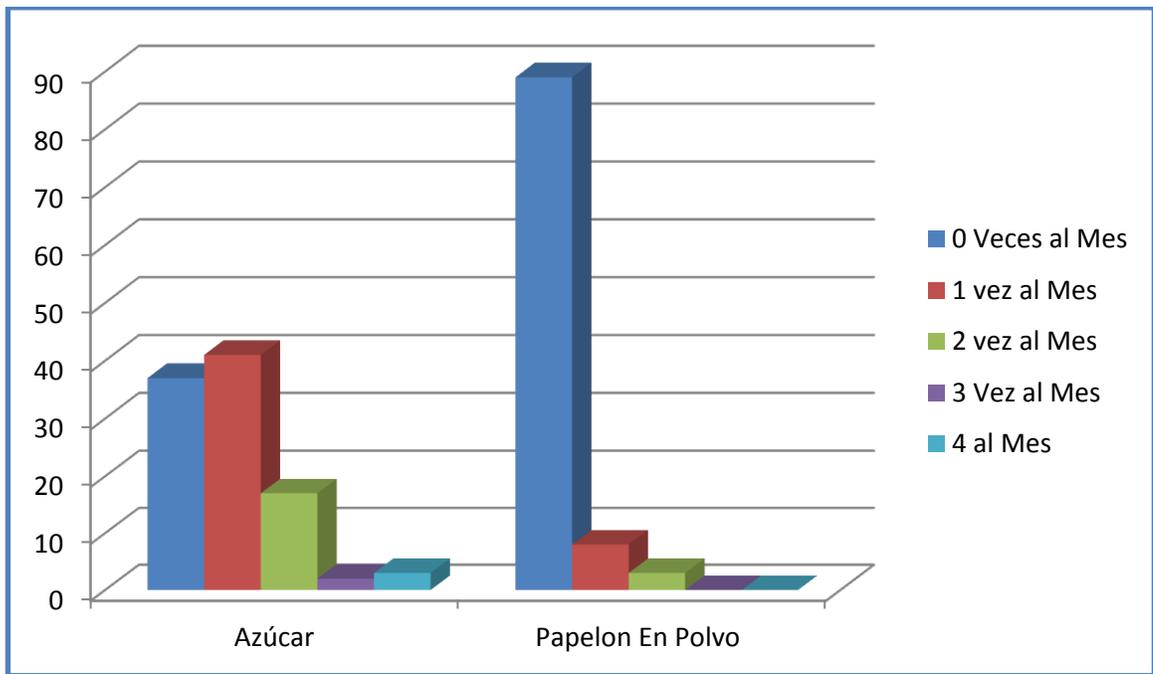


FIGURA 3. Alimentos Del Grupo Gris Que Se Adquieren En El MERCAL De Ejido, Estado Mérida.

FUENTE: ANEXO 3. .

En la Figura 3, Se observa la compra de los alimentos del grupo gris, concluyendo que el azúcar lo obtenían 1 vez al mes, mientras que el papelón en polvo la mayoría de los usuarios reportaron que nunca lo adquirirían.

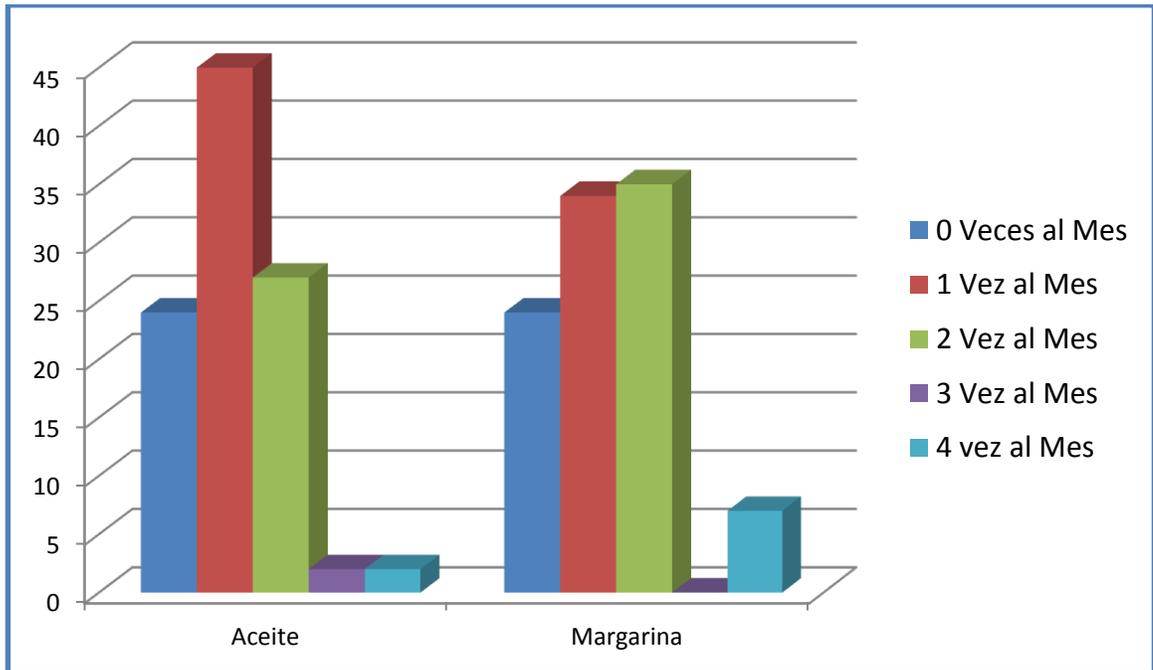


FIGURA 4. Alimentos Del Grupo Naranja Que Se Adquieren En El MERCAL De Ejido, Estado Mérida.

FUENTE: ANEXO 3.

En la figura 4, se observa la frecuencia de compras de alimentos del grupo naranja, siendo la margarina en su mayoría obtenida 2 veces al mes, mientras que el aceite reportó 1 mes su compra en este centro de alimentos MERCAL.

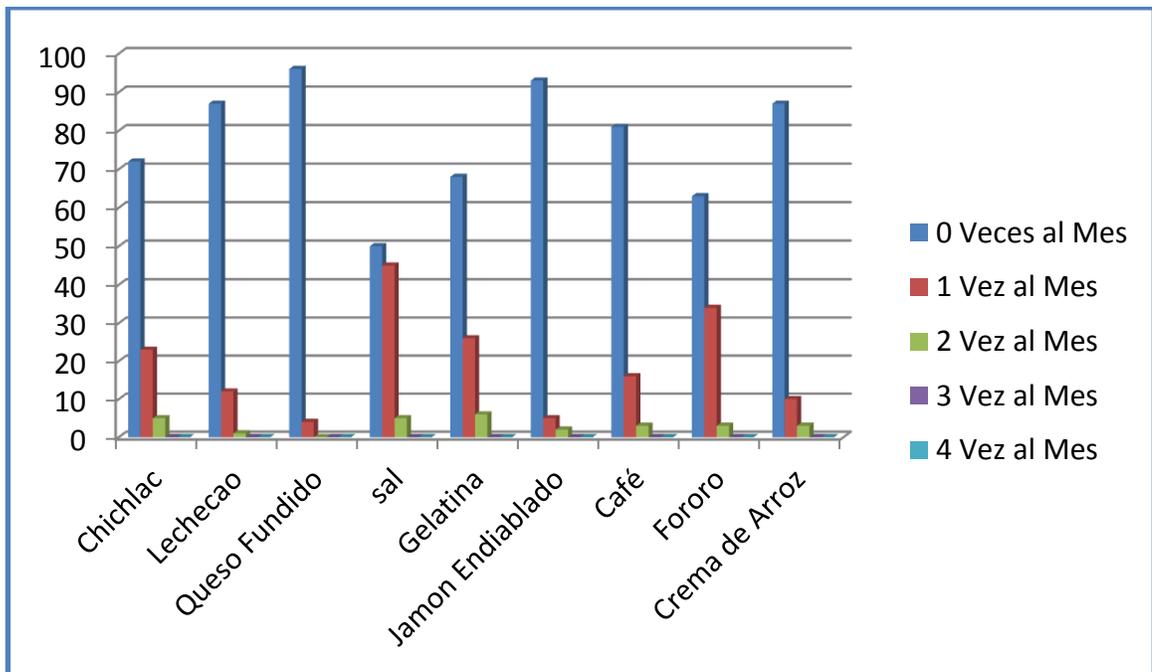


FIGURA 5. Alimentos (Varios) Que Se Adquieren En El MERCAL De Ejido, Estado Mérida.

FUENTE: ANEXO 3.

La figura 5, explica la frecuencia de compra de alimentos del grupo (varios), obteniéndose que la mayoría de los usuarios no obtenían estos productos, sin embargo algunos usuarios si adquirieron algunos alimentos de este grupo en sus compras al mes, estos fueron: sal, gelatina, café, fororo, lechecao y crema de arroz, predominando la adquisición de los mismos 1 vez al mes por dichos usuarios.

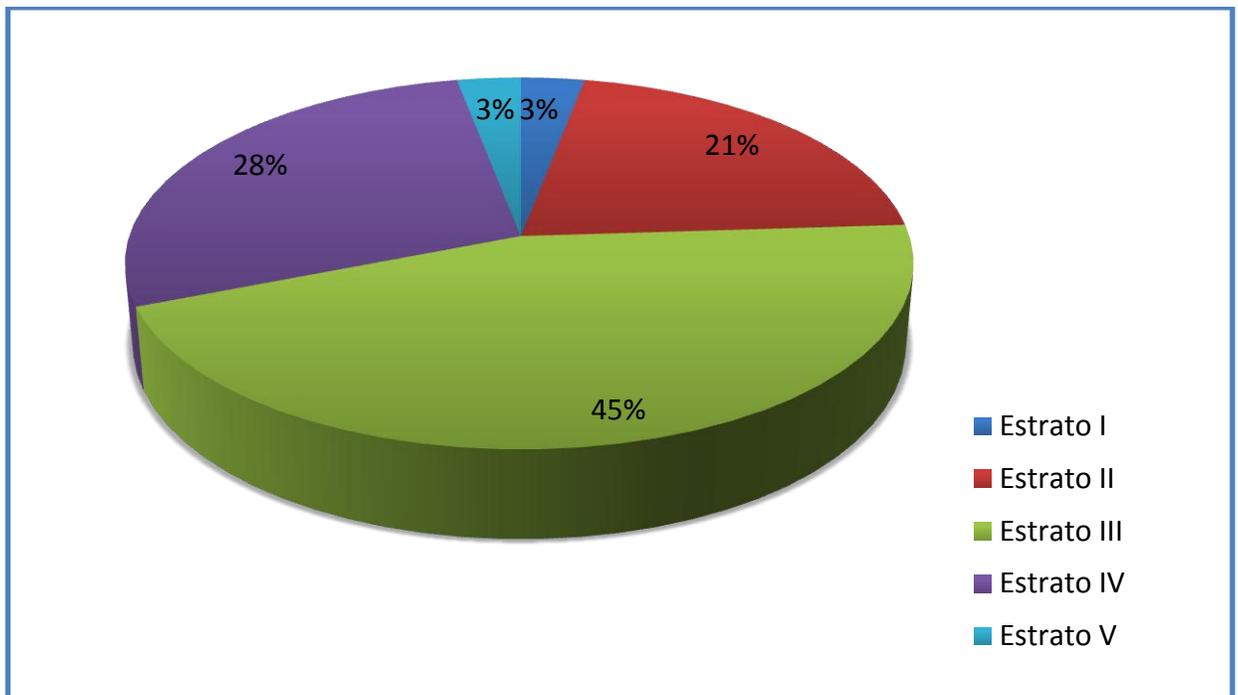


FIGURA 6. Condición Socioeconómica, De Las Familias Que Realizan Compra De Alimentos En El MERCAL De Ejido, Estado Mérida.

FUENTE: ANEXO 4.

Se puede observar en este gráfico, que la mayoría de las familias se encuentran dentro de la clasificación del método de Graffar modificado, como “Estrato III” con un 45,0%, sin embargo es importante destacar que existe un porcentaje significativo de 28,0% ubicado en “Estrato IV”, solo un 3% se encuentra en Estrato V y Estrato I.

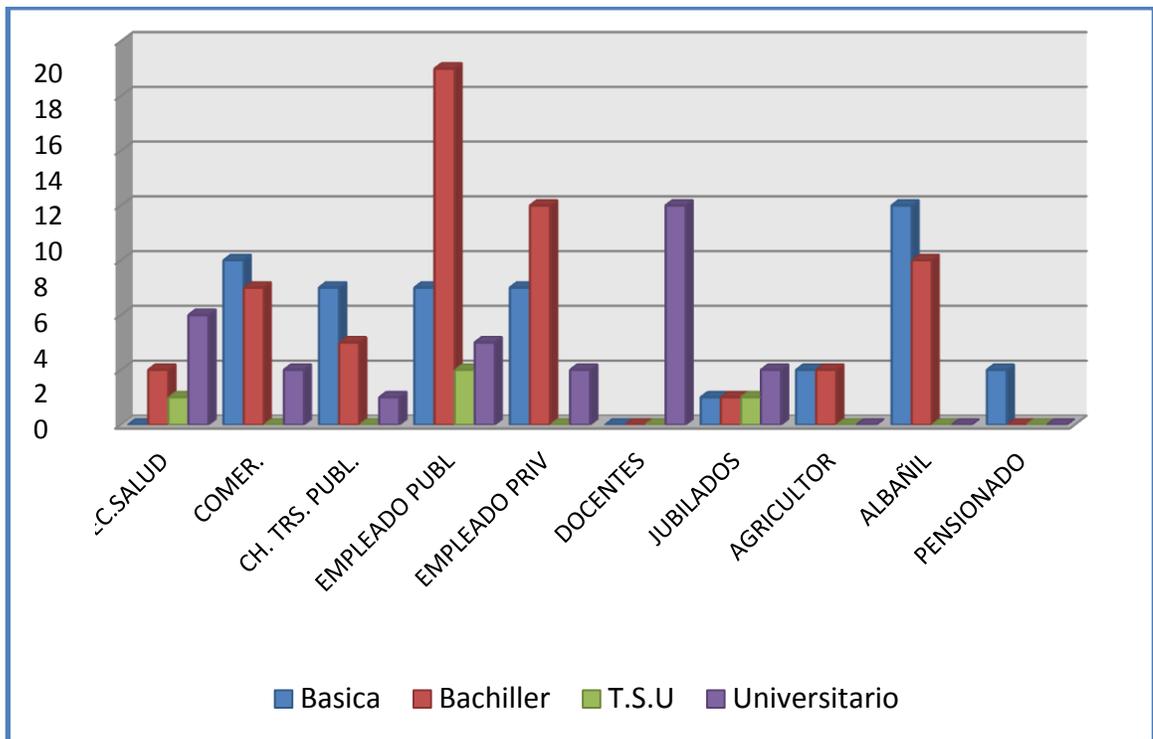


FIGURA 7. Ocupación Y Nivel Educativo De La Persona Que Aporta Ingreso Económico Al Hogar.

FUENTE: ANEXO 5.

LEYENDA

SEC.: Sector
 COMER.: Comerciantes
 CH. TRS. PUBL.: Choferes de transporte público
 PUBL.: Publico
 PRIV.: Privado

La figura 7 refiere que en la ocupación del jefe de hogar predominan los empleados públicos con un 23%, Así mismo del 100% resalta un nivel educativo de bachiller con un 40%, esto es importante ya que en su mayoría el jefe de hogar tiene un nivel de estudio adecuado donde pueda decidir y

escoger un lugar adecuado para la compra de los alimentos que serán consumidos por su grupo familiar.

bdigital.ula.ve

TABLA 2. Relación De Las Familias Beneficiarias de Programa Sociales, Número De Integrantes Por Familia Y Personas Que Aportan Económicamente Al Hogar.

Familias beneficiarios de programas sociales	Personas que aportan en la familia	Número de integrantes por grupo Familiar								TOTAL	
		1-2	%	3-4	%	5-6	%	7-8	%	N	%
NO	1-2	8	8	44	44	18	18	5	5	75	75
	3-4	-	-	1	1	3	3	4	4	8	8
	5-6	-	-	-	-	1	1	1	1	2	2
Sub-Total		8	8	45	45	22	22	10	10	85	85
MISIÓN	1-2	-	-	-	-	1	1	-	-	1	1
Sub-Total		-	-	-	-	1	1	-	-	1	1
PENSIÓN	1-2	3	3	5	5	2	2	2	2	12	12
	3-4	-	-	-	-	1	1	1	1	2	2
Sub-Total		3	3	5	5	3	3	3	3	14	14
Total		11	11	50	50	26	26	13	13	100	100

FUENTE: ENCUESTA APLICADA A LOS USUARIOS DEL MERCAL DE EJIDO, MUNICIPIO CAMPO ELIAS, ESTADO MERIDA.

En la tabla N°2 muestra que el 50% de los usuarios encuestados prevalece el grupo de 3 a 4 integrantes total de la familia, el cual reporta que sólo el 5% recibe beneficio económico del gobierno por pensión, en donde el número de integrantes que aporta económicamente al hogar es de 1 a 2 personas, por otra parte se observa que el número de integrantes de 5 a 6 personas total de la familia representado por un 26%, aportando sólo de 1 a 2 personas económicamente al hogar, reflejado por un 21%, indicando que sólo el 4% reciben beneficio del gobierno por pensión y misiones.

bdigital.ula.ve

TABLA 3. Relación De Ingreso Mensual Con El Gasto En Alimentos Comprados Al Mes.

Aporte Económico Mensual Al Hogar	<13.000	%	13.000-23.000	%	23.000-33.000	%	33.000-43.000	%	>53.000	%	total
5000-16875	8	8	2	2	-	-	-	-	-	-	10
16875-28750	9	9	27	27	6	6	-	-	-	-	42
28750-40625	3	3	11	11	9	9	1	1	-	-	24
40625-52500	-	-	13	13	-	-	-	-	-	-	13
52500-64375	-	-	1	1	1	1	-	-	-	-	2
64375-76250	-	-	1	1	2	2	1	1	1	1	5
76250-88125	-	-	1	1	1	1	-	-	-	-	2
88125-100000	-	-	2	2	-	-	-	-	-	-	2
Total	20	20	58	58	19	19	2	2	1	1	100

FUENTE: ENCUESTA APLICADA A LOS USUARIOS DEL MERCAL DE EJIDO, MUNICIPIO CAMPO ELIAS, ESTADO MERIDA

De acuerdo al CEPAL no se debe de gastar más del 30% del salario para la alimentación, ya que estaría disminuyendo los gastos para educación, medicina, distracción y otros y por lo tanto se estaría disminuyendo la calidad de vida y se consideraría un riesgo alto de pobreza, dejando vulnerable a dicha población estudiada.

La tabla 3, hace referencia al ingreso mensual y cuanto es destinado del mismo a la compra de alimentos, se observa que en un 42% de las familias

tienen un ingreso mensual de 16.875 a 27850 Bsf, de los cuales un 27% destinan a la compra de alimentos de 13.000 a 23000 Bsf,

Realizando un análisis con los datos obtenidos en la investigación y la información que maneja el CEPAL, las familias en promedio estudiadas gastan de su ingreso mensual un 80,4% solo en alimentación, disminuyendo su calidad de vida.

bdigital.ula.ve

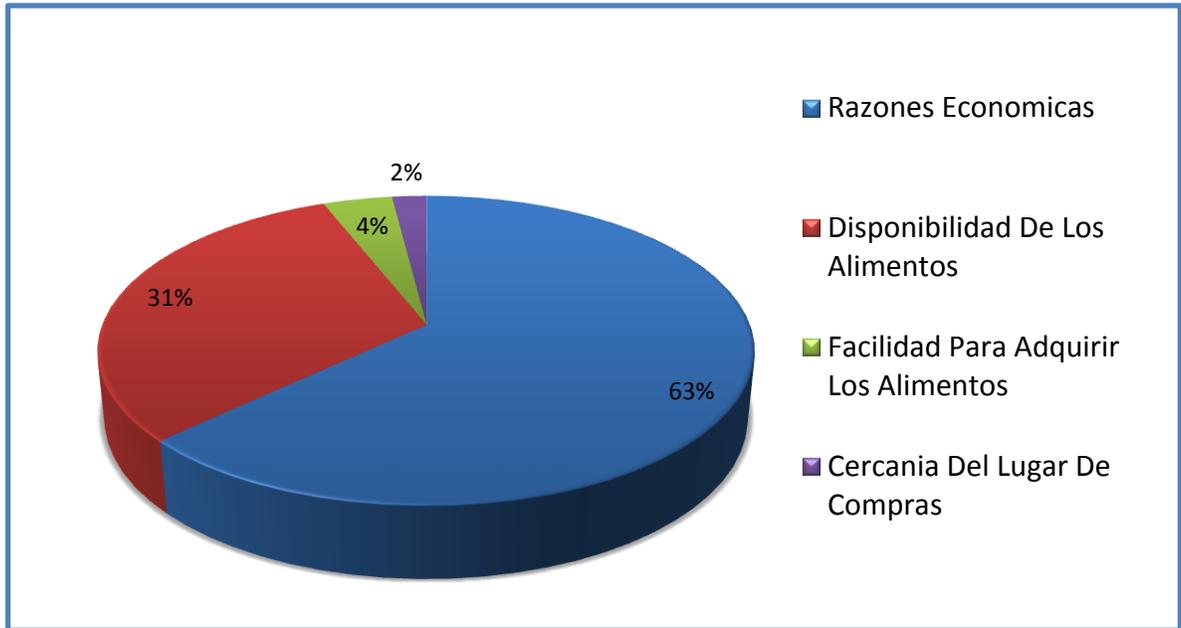


FIGURA 8. Factores Determinantes De Los Usuarios Para Realizar Compra De Alimentos En El Mercal De Ejido, Estado Mérida.

FUENTE: ANEXO 2.

La cadena Mercal por sus bajos costos en alimentación satisfacen las necesidades de comunidades que son priorizadas principalmente por la pobreza; por otro lado, debido a la escases de los principales productos de consumos en mercados privados, Mercal cuenta con una disponibilidad periódica de dichos productos.

Con respecto a las encuestas realizadas a los usuarios, se obtuvo como resultado, que el principal factor determinante para la adquisición de productos de MERCAL con un 63% corresponde a Razones Económicas, seguido de Disponibilidad económica con un 31%, Facilidad para adquirir los

alimentos con un 4% y por último con un porcentaje de 2% Cercanía del lugar. Observándose que el factor determinante para la compra de productos de Mercal es por razones económicas, debido a que este tipo de establecimiento vende de manera más accesible alimentos que se encuentran en la canasta alimentaria pudiéndose adquirir con relación al valor del cestaticket de alimentación al mes.

bdigital.ula.ve

Discusiones de los Resultados

Los diferentes estudios que se han realizado en años anteriores permiten llegar a discusiones en donde se observaran las similitudes y diferencias encontradas, es por ello, que en este estudio los usuarios reportaron, asistir a MERCAL por razones económicas, que existe poca de disponibilidad de productos en este centro, y prevalece la población que tiene un grado de instrucción media diversificada,

Es por ello, que se encuentran semejanza en la investigación que fue realizada por Padrique, en el año 2009, por cuanto, los usuarios de MERCAL reportaron asistir a este centro por razones económicas, además que la disponibilidad de alimentos es poca, por otro lado se encontró discrepancia en cuanto al grado de instrucción. Concluyendo que a pesar de haber transcurrido 7 años entre las investigaciones la disponibilidad de alimentos es baja lo que lleva a una deficiencia de compras en Mercados de Alimentos Mercal.

Por otro lado, el estudio realizado arrojó que el número de personas que trabajan es menor al número de personas que hay por familias en comparación con la investigación realizada por Pico, y Pachón ,2012 donde concluyen que la Inseguridad Alimentaria se ve influida porque el número de personas que trabajan es relativamente menor al número de personas que viven en los hogares encuestados, la cual refleja similitud con el estudio

realizado, ya que este factor puede influir a la hora de elegir el mercal como centro de compras.

En la investigación realizada se encontró que predomina con un 40,5% las familias que asisten a realizar las compras en el MERCAL de Ejido el estrato III y 28,0% el estrato IV, resultados diferentes fueron los encontrados por Hernandez, y Salinas, en el año 2007, donde se valoró el estrato social de adolescentes de la comunidad de Ejido por medio de Graffar Modificado, concluyeron que el 54% pertenece a el Estrato IV y 33,2% a el estrato V.

Por otra parte, en la investigación se encontró que las familias destinan en alimentación del ingreso mensual un 80,4%, a diferencia del estudio que realizo Angarita, et al, en el año 2008 donde concluyen que las familias encuestadas gastan del ingreso mensual solo el 20%.

Se observa que existen coincidencias y discrepancias entre el estudio realizado y los anteriores, encontrándose que mercal como centro de compra de alimentos, no asegura a la población la disponibilidad y adquisición de los productos, viéndose que esta, por ser una de la políticas alimentarias establecida por el gobierno venezolano no se escapa de la escasez de alimentos por la que el país está pasando, de tal manera que la nutrición y salud de la población se ve afectada.

CAPITULO V

Conclusiones

De acuerdo a la recopilación de los datos y el análisis de los mismos, obtenidos mediante las encuestas aplicadas (factores asociados, datos económicos, datos alimentarios, socioeconómica), para la determinación de, factores asociados con la compra de alimentos del mercal de ejido, municipio Campo Elías, estado Mérida se llegó a las siguientes conclusiones:

- La investigación arroja, que un 63% de la población encuestada hace uso del establecimiento por razones económicas, ya que el aumento progresivo en los precios de los alimentos en el mercado privado venezolano es reflejado en los gastos de la población.
- El 59% de los usuarios compran en su mayoría productos 1 vez al mes, siendo el más adquirido arroz seguido por el aceite, en este sentido es importante establecer que los productos proteicos no son muy adquiridos en este establecimiento ya que disponibilidad en el mismo no es muy frecuente.
- El estudio realizado en el centro de compras de alimentos a través del instrumento empleado y el método de Graffar Modificado arroja que un 45% de la población se encuentra en el Estrato Social III lo que

refuerza que la principal razón de compras en el MERCAL de Ejido sea por razones económicas.

- Los gastos en alimentación hoy en día va aumentando progresivamente, lo cual es reflejado en la investigación realizada en donde, los usuarios encuestados reportaron un gasto de 80,4% del ingreso mensual en alimentación, de esta manera se disminuye la calidad de vida porque la mayoría del ingreso del hogar es destinado a la compra de alimentos.
- Finalmente se encontró que predominan en un 50% grupos familiares de 3 a 4 integrantes de los cuales solo hay aporte económico de 1 a 2 personas, en su mayoría un 85% de los usuarios no reciben ningún beneficio económico por parte del gobierno (pensión, misión, beca, etc.)

Recomendaciones

La política alimentaria debe aumentar la disponibilidad de productos de origen proteico, leguminosas, debido a la importancia que estos alimentos cumplen en el cuerpo humano, de esta manera evitar índices de desnutrición en el estado.

Mejorar las políticas alimentarias por parte del gobierno venezolano para asegurarle a la población la disponibilidad y adquisición de alimentos en su totalidad, para las mejoras de la seguridad alimentaria, y así asegurar la nutrición en la población.

Asegurar la disponibilidad de alimentos de manera semanal, ya que hay usuarios que solo realizan sus compras en dicho establecimiento.

Adaptar el sueldo mínimo de los venezolanos a los precios que hoy en día se encuentra en el mercado, para asegurar una alimentación adecuada sin tener que disminuir los gastos de otros servicios y tener calidad de vida

Organización por parte de la comunidad, para que tengan acceso y disponibilidad a los alimentos, a través de otra red social alimentaria como Pdval.

Incentivar a los estudiantes de la Escuela de Nutrición y Dietética, a realizar estudios en estas áreas de nutrición social, para seguir conociendo a mayor profundidad las políticas alimentarias que posee el gobierno.

Referencias

- Álvarez, M., Rosique, J y Restrepo., M. (2004). *SEGURIDAD ALIMENTARIA EN LOS HOGARES DE ACANDI: La disponibilidad de los alimentos como indicador de suficiencia alimentaria. [En línea]. Revista ChilNutr. 31 (3).* (Consultado 04-04-2016). Disponible en: http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S071775182004000300007&script=sci_arttext.
- Acosta, M.; (1994) *Seguridad Alimentaria y Nutricional. Determinante y vías para su mejora.[En Línea].* (Consultado 02-04-2016). Disponible en: http://www.respyn.uanl.mx/vi/1/ensayos/SA_determinates_y_PP.htm
- Angarita, R., Bastardo, G., Quintero, Y., Rojas, L., Rodríguez, L., Da Silva, G. (2008). *Seguridad alimentaria como indicador de calidad de vida en un entorno agroproductivo. [En línea].* (Consultado 2-09-2014). Disponible en: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/28417/1/articulo4.pdf>
- Bon, L., (2015). *Compra de Mercal cayeron 20% en 4 años. [En Línea].* (Consultado 27-04-2016). Disponible en: <http://runrun.es/rr-es-plus/198803/compras-de-mercal-cayeron-20-en-cuatro-anos.html>
- Couceiro M, E. (2007) *La alimentación como un tiempo de la nutrición, y su disponibilidad y accesibilidad económica. Rev Cubana Salud Pública, 33 (3): 1-11.* Disponible en: <http://scielo.sld.cu/pdf/rcsp/v33n3/spu19307.pdf>
- Carrero, M.J (2006). *Política pública agroalimentaria en Venezuela: el caso de la misión Mercal. [En línea].* (Consultado 2-09-2014). Disponible en:

<http://www.innovaven.org/quepasa/socpol5.pdf>

De Irala-Estevez J, Groth M, Johansson L, Oltersdorf U, Prattala R & Martinez-Gonzalez MA (2000) *A systematic review of soci consumption of fruit and vegetables. [En línea]. European Journal of economic differences in food habits in Europe: Clinical Nutrition*, 54:706-714. (Consultado 04-03-2016). Disponible en: <http://www.eufic.org/article/es/expid/review-food-choice/>

Dibsdall LA, Lambert N, Bobbin RF, Frewer LJ (2003). *Low-income consumers' attitudes and behaviour towards access, availability and motivation to eat fruit and vegetables.[En línea]. PublicHealthNutrition*. 6(2):159-68. (Consultado 10-09-2014). Disponible en: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/12675958>

Díaz, J (2008). *Compra de alimentos. [En línea].* (Consultado 5-09-2014) Disponible en: <http://www.rena.edu.ve/segundaEtapa/Ciencia/familialimentos.html>

Di Luca (2013). *Patrones y hábitos alimentarios. Venezuela.[En línea].* (Consultado 10-03-2016). Disponible en: <http://www.ultimasnoticias.com.ve/noticias/ciudad/salud/carbohidratos-y-grasas-es-lo-que-mas-se-come.aspx>

Donkin AJ, Dowler EA, Stevenson SJ, Turner SA (2000). *Mapping access to food in a deprived area: the development of price and availability indices.[En línea]. PublicHealth. Nutr.* 3(1):31-8. (Consultado 10-09-2014). Disponible en: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/10786721>

- Eide A, Oshaug A, Eide W. (1992). *Food security and the right to food in international law and development.*[En línea]. (Consultado 08-09-2014). Disponible en:<http://www.eufic.org/article/es/expid/review-food-choice/>
- Eufic, I (2004). *Un estudio destaca que los factores socioeconómicos son determinantes en la elección de alimentos.* [En línea]. (Consultado 10-03-2016).Disponible en:<http://www.consumer.es/seguridadalimentaria/2004/10/28/15021.php>
- FAO. (2006). *Informe de políticas de seguridad alimentaria.* [En Línea] (Consultado 09-09-2014). Disponible en: ftp://.fao.org/es/ESA/policybriefs/pb_02_es.pdf
- Herrera, M. (2011). *Evaluación de los expendios de alimentos utilizados por diferentes programa de alimentos, revisión sistemática.* [En línea].AN *VenezNutr*, 24 (2): 86-91, (Consultado 3-09-2014). Disponible en: http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-07522011000200007
- Hernandez, M y Salinas, P. (2007). *Factores de riesgos Psicológicos y socioeconómicos de las embarazadas adolescentes. Ambulatorio de ejido. Mérida. Venezuela.* [En Línea]. (Consultado 04-04-2016). Disponible en: <http://www.saber.ula.ve/dspace/bitstream/123456789/21688/2/articulo10.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística (INE). (2015). *Encuesta de Seguimiento al Consumo de Alimentos.* [En línea]. (Consultado 05-04-2016). Disponible en: <http://fedecamaras.org.ve/detalle.php?id=2911>
- Pico, S. y Pachón, H. (2012). *Factores asociados con la seguridad alimentaria en un municipio rural del norte del cauca, Colombia.* [En línea](Consultado 04-04-2016) *ALAN*. 62 (3). Disponible en: <http://www.alanrevista.org/ediciones/2012/3/art-4/>

Puente, R. & López, S (2008). Mercado de Alimentos (Mercal) Caracas.

Prediqué, M. (2009). *CALIDAD DEL SERVICIO OFRECIDA POR LOS MERCADOS DE ALIMENTOS MERCAL. C.A. DEL MUNICIPIO MARACAIBO, DEL ESTADO ZULIA.* [En Línea]. (Consultado 04-04-2016).
Disponible en: http://tesis.luz.edu.ve/tde_arquivos/116/TDE-2011-11-28T15:23:23Z-2371/Publico/parte_1.pdf

RAE. (2016). *Definición de términos.* [En línea]. (Consultado 04-04-2016).
Disponible en: <http://www.rae.es/>

Ramos, et al. (2008). *Reflexiones sobre derecho, acceso y disponibilidad de alimentos.* [En línea]. (Consultado 04-04-2016). Disponible en <http://www.respyn.uanl.mx/viii/4/ensayos/acceso-disponibilidad-bba.htm>

RENA. (2009). *Consumo de alimentos en el grupo familiar.* [En Línea]. (Consultado 09-09-2014). Disponible en: <http://www.rena.edu.ve/SegundaEtapa/ciencias/familialimentos.html>

Rojas, A. (2009). *Misiones sociales en Venezuela.* [En línea]. (Consultado 09-06-2015). Disponible en: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/caracas/50458.pdf>

Román, C. (2008). *Compra con equilibrio y asegura la alimentación.* [En línea]. (Consultado 04-03-2016). Disponible en: http://www.fundacionbengoa.org/informacion_nutricion/compra_equilibrio.asp

Anexos

bdigital.ula.ve

ANEXO 1. INSTRUMENTO



Universidad de los Andes
Facultad de Medicina
Escuela de Nutrición y Dietética



FACTORES ASOCIADOS CON LA COMPRA DE ALIMENTOS DEL MERCAL DE EJIDO, ESTADO MÉRIDA

Encuesta aplicada a los usuarios que asiste a él mercal de Ejido, Municipio Campo Elías del Estado Mérida, para la obtención de datos acerca de los factores que determinan la compra de alimentos en el establecimiento, y cuanto es destinado de su sueldo mensual para dicha compra.

Instrucciones: Registrar los datos del encuestado, y luego proceder a realizar las preguntas pertinentes para llevar a cabo la investigación.

I Parte: Datos generales

1. Nombre del encuestado: _____
2. Dirección: _____
3. Número de integrantes de la familia: _____

II Parte: Datos económicos

1. Alguien de su familia recibe algún beneficio económico del gobierno?: SI ____ NO ____ MISION ____
BECA ____ PENSION ____

2. **Personas que aportan ingreso económico al hogar:**

Nombre	Edad	Nivel educativo	Ocupación	Aporte económico	¿Antigüedad en el trabajo?	¿En los últimos 2 años cuantos trabajos ha tenido?

3. ¿Cuánto es destinado a la compra de alimentos mensualmente por su familia?: <13000bsf _____ de 13000bsf a 23000bsf _____ de 23000bsf a 33000bsf _____ de 33000bsf a 43000bsf _____ de 43000bsf a 53000bsf _____ >53000bsf _____

III Parte: Factores asociados

1. ¿Cuál de estos factores es un determinante para Ud. A la hora de realizar la compra de alimentos en el mercal de ejido?

Razones económicas	Disponibilidad de alimentos	Facilidad para encontrar alimentos	Calidad de los alimentos	Cercanía del lugar	Otros

2. De la siguiente lista indique con qué frecuencia compra en el establecimiento los siguientes alimentos:

Alimentos	Arroz	Aceite	Azúcar	Carne	Café	Granos (leguminosas)	Pollo	Pasta	Leche en polvo	Leche líquida	Harina Precocida	Harina de Trigo	Margarina	Mortadela
1 vez al mes														
2 veces al mes														
3 veces al mes														
4 veces al mes														

Alimentos	Chichala	leche cao	Papelón en polvo	Fororo	Jamón endiablado	Crema de arroz kel	Atún	Queso fundido	Sal	Sardin	Carne de almuerzo	Gelatina
1 vez al mes												
2 veces al mes												
3 veces al mes												
4 veces al mes												

Otros (especifique): _____

ENCUESTA SOCIOECONÓMICA

A. Profesión del jefe de familia.

1. Universitaria, altos comerciantes, oficial de las fuerzas armadas.
2. Técnico, medianos comerciantes o productores.
3. Empleado sin profesión universitaria, o técnica definida, pequeños comerciantes o productores.
4. Obreros especializados.
5. Obreros no especializados

B. Nivel de instrucción de la madre

1. Universitaria o su equivalente
2. Secretaria o técnica superior completa
3. Secundaria incompleta o técnica inferior completa
4. Educación primaria alfabeta
5. Analfabeta

C. Fuente de ingresos

1. Fortuna heredada o adquirida
2. Ganancias, beneficios, honorarios profesionales
3. Sueldo mensual
4. Salario semanal por día o trabajo a destajo, ganancias pequeñas de negocios pequeños
5. Donaciones de origen público o privado

D. Condiciones de alojamiento

1. Vivienda en óptimas condiciones sanitarias es ambiente de lujo
2. Vivienda en óptimas condiciones sanitarias es ambiente sin lujo pero espaciosa
3. Vivienda en buenas condiciones sanitarias en espacios reducidos
4. Vivienda en ambientes espaciosos o reducidos con deficiencia en algunas condiciones sanitarias.
5. Rancho o vivienda con una habitación y condiciones sanitarias inadecuadas

Puntaje	Clase	Denominación
4-7	I	Clase alta
8-10	II	Clase media alta
11-13	III	Clase media baja
14-16	IV	Clase obrera
17-20	V	Clase marginal

bdigital.ula.ve

ANEXO 2.

Tabla 4. Alimentos Que Se Adquieren Con Mayor Frecuencia En El Mercal De Ejido, Estado Mérida.

	0/30	%	1/30	%	2/30	%	3/30	%	4/30	%
Arroz	10	10	59	59	23	23	4	4	4	4
Aceite	24	24	45	45	27	27	2	2	2	2
Azúcar	37	37	41	41	17	17	2	2	3	3
Carne	74	74	21	21	3	3	-	-	2	2
Café	81	81	16	16	3	3	-	-	-	-
Granos (leguminosas)	93	93	4	4	2	2	-	-	1	1
Pollo	52	52	39	39	6	6	2	2	1	1
Pasta	24	24	44	44	26	26	1	1	5	5
Leche en polvo	2	2	40	40	24	24	15	15	19	19
Leche líquida	93	93	4	4	2	2	-	-	1	1
Harina precocida	-	-	30	30	23	23	27	27	20	20
Harina de trigo	84	84	6	6	-	-	10	10	-	-
Margarina	24	24	34	34	35	35	-	-	7	7
Chichalac	72	72	23	23	5	5	-	-	-	-
Lechecao	87	87	12	12	1	1	-	-	-	-
Papelón en polvo	89	89	8	8	3	3	-	-	-	-
Fororo	63	63	34	34	3	3	-	-	-	-
Jamón endiablado	93	93	5	5	2	2	-	-	-	-
Crema de arroz	87	87	10	10	3	3	-	-	-	-
Atún enlatado	98	98	2	2	-	-	-	-	-	-
Queso fundido	96	96	4	4	-	-	-	-	-	-
Mortadela	95	95	3	3	1	1	1	1	-	-
Sal	50	50	45	45	5	5	-	-	-	-
Sardina enlatada	70	70	28	28	2	2	-	-	-	-
Carne enlatada	98	98	2	2	-	-	-	-	-	-
Gelatina	68	68	26	26	6	6	-	-	-	-

FUENTE: ENCUESTA APLICADA A LOS USUARIOS DEL MERCAL DE EJIDO, MUNICIPIO CAMPO ELIAS, ESTADO MERIDA.

ANEXO 3.

Tabla 5. Condición Socioeconómica Según El Método De Graffar Modificado, De Las Familias Que Realizan Compra De Alimentos En El Mercal De Ejido, Estado Mérida.

CONDICION SOCIOECONOMICA	FRECUENCIA	%
Estrato Social I	3	3,0
Estrato Social II	21	21,0
Estrato Social III	45	45,0
Estrato Social IV	28	28,0
Estrato Social V	3	3,0
Total	100	100

FUENTE: ENCUESTA APLICADA A LOS USUARIOS DEL MERCAL DE EJIDO, MUNICIPIO CAMPO ELIAS, ESTADO MERIDA.

ANEXO 4.

TABLA 6. Ocupación Y Nivel Educativo De La Persona Que Aporta Ingreso Económico Al Hogar

	BAS	%	BACH	%	T.S.U	%	UNIV	%	TOTAL	%
Sec.Salud	-	-	2	2	1	1	4	4	7	7
Comer.	6	6	5	5	-	-	2	2	13	13
Ch. Trs. Publ.	5	5	3	3	-	-	1	1	9	9
Empleado Publ	5	5	13	13	2	2	3	3	23	23
Empleado Priv	5	5	8	8	-	-	2	2	15	15
Docentes	-	-	-	-	-	-	8	8	8	8
Jubilados	1	1	1	1	1	1	2	2	5	5
Agricultor	2	2	2	2	-	-	-	-	4	4
Albañil	8	8	6	6	-	-	-	-	14	14
Pensionado	2	2	-	-	-	-	-	-	2	2
TOTAL	34	34	40	40	4	4	22	22	100	100

FUENTE: ENCUESTA APLICADA A LOS USUARIOS DEL MERCAL DE EJIDO, MUNICIPIO CAMPO ELIAS, ESTADO MERIDA.

ANEXO 5

Tabla 7. Factores Determinantes De Los Usuarios Para Realizar Compra De Alimentos En El Mercal De Ejido, Estado Mérida.

FACTORES DETERMINANTES	FRECUENCIA	%
Razones Económicas	63	63,0
Disponibilidad De Alimentos	31	31,0
Facilidad Para Adquirir Los Alimentos	4	4,0
Cercanía Del Lugar	2	2,0
Total	100	100

FUENTE: ENCUESTA APLICADA A LOS USUARIOS DEL MERCAL DE EJIDO, MUNICIPIO CAMPO ELIAS, ESTADO MERIDA

bdigital.ula.ve