



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

“RELACIÓN ENTRE EL CONSUMO DE ALIMENTOS ORGÁNICOS Y LA CALIDAD DE VIDA DEL POBLADOR DE LA CIUDAD DE TRUJILLO - 2024”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autor:

Lhuammy Axel Velez Casique

Asesor:

Dr. José Luis Soriano Colchado

Código ORCID: 0000-0001-9000-0570

Trujillo - Perú

2025

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	GUILLERMO JUNIORS MORALES BENAVIDES
	Nombre y Apellidos

Jurado 2	GISELA ANALY FERNANDEZ HURTADO
	Nombre y Apellidos

Jurado 3	JOSE LUIS SORIANO COLCHADO
	Nombre y Apellidos

Informe de Similitud

Lhuammy Axel Velez Casique

RELACIÓN ENTRE EL CONSUMO DE ALIMENTOS ORGÁNICOS Y LA CALIDAD DE VIDA DEL POBLADOR DE LA CIUDAD DE T...

RELACIÓN ENTRE EL CONSUMO DE ALIMENTOS ORGÁNICOS Y LA CALIDAD DE VIDA DEL POBLADOR DE LA CIUDAD DE TRUJILLO - 2024
Tesis
Universidad Privada del Norte

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::1:3291802339

Fecha de entrega

7 jul 2025, 1:56 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

7 jul 2025, 7:51 p.m. GMT-5

Nombre de archivo

TESIS_FINAL_07JULIO2025.docx

Tamaño de archivo

1.1 MB

64 Páginas

11.528 Palabras

66.973 Caracteres



Página 1 of 69 - Portada

Identificador de la entrega trn:oid:::1:3291802339



Página 2 of 69 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trn:oid:::1:3291802339




15% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 10 palabras)
- ▶ Fuentes de Internet

Fuentes principales

- 0%  Fuentes de Internet
- 3%  Publicaciones
- 14%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Dedicatoria

Dedico, principalmente, este trabajo a Dios, por haberme dado la vida y permitirme llegar hasta este momento de mi formación profesional, y a mis padres, por ser los más importantes en mi vida y demostrarme siempre su apoyo incondicional.

Agradecimiento

Agradezco a Dios.

A mi madre, por darme la vida y apoyarme en todo lo que me he propuesto.

A mi padre, por ser el apoyo más grande, durante mi educación universitaria, y
por los sabios consejos que siempre me brinda.

Gracias a mi docente, por guiarme en el camino al éxito profesional.

Tabla de contenidos

JURADO EVALUADOR.....	2
Informe de Similitud.....	3
Dedicatoria.....	4
Agradecimiento.....	5
Índice de tablas	7
Resumen	8
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	9
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	25
CAPÍTULO III: RESULTADOS	31
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	38
REFERENCIAS	43
ANEXOS	52

Índice de tablas

Tabla 1 Resumen de procesamiento de casos	28
Tabla 2 Alfa de Cronbach.....	28
Tabla 3 Prueba de normalidad (Kolmogorov – Smirnov) . ¡Error! Marcador no definido.	
Tabla 4 Correlación según la hipótesis general	34
Tabla 5 Correlación según la primera hipótesis específica.....	35
Tabla 6 Correlación según la segunda hipótesis específica	35
Tabla 7 Correlación según la tercera hipótesis específica	36
Tabla 8 Baremos del consumo de alimentos orgánicos y sus dimensiones.....	31
Tabla 9 Prueba de normalidad y selección del tipo de correlación	32
Tabla 10 Prueba de normalidad para las variables del estudio	33

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre el consumo de alimentos orgánicos y la calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo. Se utilizó un enfoque cuantitativo, correlacional y transversal, aplicando un diseño no experimental. El instrumento de medición fue un cuestionario estructurado de 43 preguntas, el cual permitió evaluar la percepción de los pobladores sobre la importancia, acceso y variedad de productos orgánicos en relación con su calidad de vida. La población de estudio estuvo conformada por 1,111,300 habitantes de Trujillo, de los cuales se seleccionó una muestra representativa de 385 personas, utilizando un muestreo probabilístico aleatorio. Los resultados evidenciaron una relación positiva y significativa entre el consumo de alimentos orgánicos y la calidad de vida ($r = 0.763$, $p = 0.000$), destacando que el acceso ($r = 0.855$) y la importancia percibida ($r = 0.657$) influyen en esta relación. En conclusión, se confirmó que una mayor disponibilidad y consumo de alimentos orgánicos, contribuye a mejorar el bienestar de la población; y a la vez, se recomienda la implementación de estrategias que fomenten el acceso y la diversificación de productos orgánicos para fortalecer hábitos alimenticios saludables en la ciudad de Trujillo.

Palabras Claves: *Alimentos orgánicos, calidad de vida.*

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

El consumo de alimentos orgánicos creció globalmente debido a su percepción como una opción más saludable (Meemken y Qaim, 2018). El mercado global alcanzó \$227.1 mil millones, liderado por América del Norte y Europa. Sin embargo, persisten desafíos como la falta de regulación uniforme y el acceso limitado en países en desarrollo (Willer et al., 2021). Este crecimiento responde a la creciente preocupación por enfermedades crónicas, responsables del 71% de las muertes en el mundo (WHO, 2021), lo que incentivó a los consumidores a optar por productos más saludables.

En América Latina, el mercado de alimentos orgánicos crece, aunque enfrenta retos como la informalidad y la falta de certificaciones internacionales (FAO, 2022). Brasil, Argentina y México lideran la producción y exportación, mientras que mercados emergentes como Perú muestran un aumento en el consumo. A pesar del potencial productivo de la región, la demanda interna sigue siendo limitada. Sin embargo, el 38% de los consumidores están dispuestos a pagar más por productos orgánicos (Soto, 2020), reflejando una creciente valoración de los alimentos saludables y sostenibles.

En el contexto nacional (Perú), el consumo de alimentos orgánicos ha ganado popularidad, especialmente entre sectores de ingresos medios y altos. Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2023), el 22% de los peruanos ha incorporado productos orgánicos en su dieta regular, motivados por preocupaciones de salud y sostenibilidad. Programas como "De la chacra a la olla" del Ministerio de Agricultura y Riego (MIDAGRI, 2022) han incentivado la producción y comercialización de alimentos orgánicos a nivel local y nacional. Sin embargo, un estudio de Quispe y Salazar (2023) evidenció que el acceso a estos productos aún es limitado en regiones rurales debido a problemas de distribución y altos costos.

En Trujillo, el consumo y la producción de alimentos orgánicos han mostrado un crecimiento constante. Según datos del Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA, 2022), La Libertad es la segunda región con mayor producción de alimentos orgánicos en el país, con un incremento del 18% en agro exportaciones como paltas, arándanos y quinua. En el ámbito local, se han desarrollado iniciativas como mercados saludables y programas educativos sobre los beneficios de los alimentos orgánicos (Campaña et al., 2023). No obstante, un estudio reciente realizado en la ciudad destaca que solo el 12% de la población urbana consume alimentos orgánicos, mientras que el 45% muestra interés, pero se enfrenta a barreras económicas y de información (Choque et al., 2023).

1.2. Antecedentes

A nivel internacional

Parra et al. (2023) llevaron a cabo un estudio titulado “Asociación entre el consumo de alimentos orgánicos y la actividad física de adultos residentes en Chile”, con el propósito de examinar la relación entre la ingesta de alimentos orgánicos y la actividad física en la población adulta chilena. La investigación empleó un diseño observacional, descriptivo y transversal, utilizando una muestra representativa de 1,152 adultos. Los hallazgos indicaron que el 74% de los participantes reportó consumo de alimentos orgánicos. La muestra presentó una edad promedio de 29.64 años y un índice de masa corporal (IMC) medio de 25.65. Se observó una mayor proporción de mujeres (66.4%) y una predominancia de residentes en zonas urbanas (85.6%). Mediante análisis de regresión logística, se identificó una asociación significativa entre la práctica de actividad física y el consumo de alimentos orgánicos. Asimismo, se evidenciaron correlaciones con variables sociodemográficas como género, estado civil, área laboral, tamaño familiar y nivel educativo. En conclusión, los resultados confirman la existencia de una relación entre la actividad física y el consumo de alimentos orgánicos. Además, se destaca el papel

del nivel educativo en la adopción de hábitos de vida saludables, lo que subraya la importancia de estrategias educativas y de promoción de la salud orientadas a fomentar estilos de vida sostenibles en la población adulta.

Araya y Rojas (2021) desarrollaron el estudio titulado “Cuidado de la salud como determinante del consumo de alimentos orgánicos en Chile”, con el propósito de evaluar la influencia del cuidado de la salud en la frecuencia de consumo de alimentos orgánicos. Para ello, se empleó una metodología cuantitativa con enfoque correlacional, aplicando encuestas presenciales a una muestra de 384 consumidores de la Región de Coquimbo, seleccionados mediante un muestreo por conveniencia. Los resultados indicaron que el 68% de los participantes perciben los alimentos orgánicos como más saludables y de mayor calidad en comparación con los convencionales. Asimismo, se identificó que el 55% de los consumidores con mayor nivel socioeconómico y preocupación por la salud presentan un consumo regular de estos productos. Además, el 80% de los encuestados enfatizó la importancia de certificaciones y etiquetado nutricional adecuado como elementos clave para incrementar su confianza en la compra de alimentos orgánicos. En conclusión, el estudio confirmó que el cuidado de la salud es un factor determinante en la frecuencia de consumo de alimentos orgánicos. Estos hallazgos resaltan la necesidad de implementar estrategias comerciales que prioricen información clara y certificaciones confiables, con el objetivo de fortalecer el mercado de alimentos orgánicos en Chile y fomentar su consumo entre la población.

Barrera (2020), en su estudio titulado “Consumo responsable: motivaciones de compra de alimentos orgánicos en hombres y mujeres de 25 a 34 años en la ciudad de Guayaquil derivado del efecto COVID-19”, analizó la relación entre las motivaciones de compra y la intención de consumo de alimentos orgánicos durante la primera etapa de la pandemia en Guayaquil. Para ello, se empleó una metodología correlacional con enfoque

cuantitativo, bajo un diseño no experimental y transversal. La investigación contó con una muestra de 350 hombres y mujeres de entre 25 y 34 años, seleccionados mediante un muestreo no probabilístico. Los resultados evidenciaron una correlación positiva moderada entre las motivaciones de compra y la intención de consumo de alimentos orgánicos ($Rho = 0.612$, $p < 0.05$), lo que sugiere que el interés por estos productos aumentó en función de factores individuales y contextuales. Sin embargo, se identificó que el acceso limitado, el desabastecimiento y el encarecimiento de los alimentos orgánicos tuvieron un impacto negativo en la intención de compra. En conclusión, el estudio destaca la necesidad de implementar estrategias que garanticen la disponibilidad y accesibilidad de los alimentos orgánicos en situaciones de crisis sanitaria, con el fin de promover un consumo sostenible y consciente en contextos de emergencia.

A nivel nacional

Villanueva y Alva (2022) en su investigación titulada “*Factores que influyen en la intención de compra de alimentos orgánicos en los consumidores millennials de Lima Metropolitana*” tuvo como objetivo analizar la relación entre las variables. Utilizó una metodología correlacional, con enfoque cuantitativo, diseño no experimental, prospectivo y transversal. La muestra estuvo conformada por 400 consumidores del área metropolitana de Lima, seleccionados mediante muestreo no probabilístico. Los resultados mostraron una influencia positiva de la preocupación ambiental (0.488), seguridad alimentaria (0.293) y vida saludable (0.188) en la actitud de compra, con un efecto total del 75.5%. Además, se encontró una correlación positiva alta ($Rho = 0.827$) entre la actitud y la intención de compra, alcanzando un 68.4%. En conclusión, se validó el modelo propuesto, resaltando la necesidad de segmentar el mercado y diseñar estrategias efectivas para fomentar el consumo de alimentos orgánicos en Lima Metropolitana.

Fong y García (2022) realizaron el estudio “*Variables que influyen en el comportamiento de compra en consumidores de alimentos orgánicos de 18 a 60 años de los NSE A, B y C en Lima Metropolitana*”, con el objetivo de identificar los factores que influyen en la compra de alimentos orgánicos para desarrollar estrategias que fomenten su crecimiento sostenible. Se utilizó una metodología cuantitativa, con un estudio descriptivo y un diseño no experimental. La muestra estuvo conformada por 200 consumidores de Lima Metropolitana, seleccionados mediante un cuestionario aplicado a través de Google Forms y distribuido por WhatsApp. Los resultados mostraron que el 65% de los encuestados considera que los alimentos orgánicos son más saludables, el 52% los consume regularmente y el 47% está dispuesto a pagar un precio más alto por ellos. Se validaron las preguntas del instrumento con el coeficiente V de Aiken (0.85) y se determinó la confiabilidad del cuestionario con el coeficiente Alfa de Cronbach (0.91). Además, la prueba Kolmogórov-Smirnov permitió analizar la normalidad de los datos, mientras que las correlaciones de Pearson y Spearman sirvieron para validar las hipótesis. En conclusión, el estudio confirmó que la percepción de salud, el nivel socioeconómico y la disposición a pagar influyen significativamente en el comportamiento de compra de alimentos orgánicos en Lima Metropolitana, resaltando la importancia de estrategias comerciales enfocadas en estos factores.

Gamarra et al. (2021) realizaron el estudio “*Comportamiento del consumidor de alimentos orgánicos según la modalidad de venta en el contexto de estado de emergencia por el COVID-19 en Lima Metropolitana*”, con el objetivo de analizar el comportamiento del consumidor de alimentos orgánicos según su preferencia de compra durante la pandemia. Se utilizó una metodología de enfoque mixto, con un diseño descriptivo. La muestra estuvo conformada por 300 consumidores encuestados, además de entrevistas a profundidad con 10 expertos en alimentos orgánicos y 15 representantes de puntos de

venta físicos y virtuales. Los resultados indicaron que el 55% de los consumidores prefiere comprar en biotiendas, el 30% en bioferias y el 15% opta por la venta online. Además, el 65% de los encuestados afirmó que la pandemia incrementó su consumo de alimentos orgánicos debido a una mayor preocupación por la salud. El análisis de contenido y el procesamiento en SPSS permitieron identificar patrones en la decisión de compra según cada modalidad. En conclusión, la pandemia impulsó el consumo de alimentos orgánicos y modificó los hábitos de compra, destacando la importancia de estrategias de marketing adaptadas a cada modalidad de venta para satisfacer la creciente demanda del mercado.

A nivel local

Gavidia y Graos (2022) llevaron a cabo el estudio titulado “Prácticas alimentarias del cuidador y estado nutricional en preescolares”, con el propósito de analizar la relación entre el nivel de prácticas alimentarias del cuidador y el estado nutricional de los preescolares en la comunidad de Miramar, distrito de Moche. La investigación adoptó un enfoque descriptivo y correlacional, con un diseño no experimental. La muestra estuvo conformada por 120 preescolares y sus respectivos cuidadores, seleccionados mediante criterios de inclusión específicos. Los resultados revelaron que el 62.5% de los cuidadores presentan prácticas alimentarias adecuadas, mientras que el 37.5% exhiben prácticas inadecuadas. En cuanto a los preescolares, el 60.8% mostró un estado nutricional óptimo, mientras que el 39.2% presentó deficiencias nutricionales. El análisis estadístico mediante la prueba de chi-cuadrado ($X^2 = 56.019$, $p = 0.000$) evidenció una relación significativa entre las prácticas alimentarias del cuidador y el estado nutricional de los preescolares. En conclusión, el estudio confirma que una alimentación adecuada proporcionada por el cuidador tiene un impacto positivo en el estado nutricional del preescolar. Estos hallazgos

subrayan la importancia de fomentar hábitos alimenticios saludables en los hogares, con el fin de mejorar el bienestar nutricional en la primera infancia.

Villanueva (2024) desarrolló el estudio titulado “Factores biosocioculturales y estilos de vida del adulto mayor del sector Alan García, La Esperanza-Trujillo, 2023”, con el propósito de determinar la relación entre los factores biosocioculturales y los estilos de vida en adultos mayores de dicho sector. La investigación adoptó un enfoque mixto, con un diseño correlacional descriptivo y una muestra no probabilística de 45 adultos mayores. Para la recolección de datos, se emplearon observaciones y entrevistas, utilizando cuestionarios como instrumentos de medición. Los resultados mostraron que solo el 25% de los encuestados presentó un estilo de vida saludable, mientras que el 75% evidenció un estilo de vida no saludable. En cuanto a la relación entre los factores biosocioculturales y los estilos de vida, no se encontraron asociaciones estadísticamente significativas, ya que los factores biológicos ($p = 0.249$), sociales ($p = 0.459$) y culturales ($p = 0.767$) no demostraron influencia en los hábitos de los adultos mayores analizados. En conclusión, el estudio determinó que los factores biosocioculturales no presentan una relación significativa con los estilos de vida de los adultos mayores del sector Alan García, La Esperanza-Trujillo. Estos hallazgos sugieren la necesidad de considerar otras variables que puedan influir en la calidad de vida de esta población, lo que resalta la importancia de investigaciones futuras en este ámbito.

Rodríguez y Vargas (2024) llevaron a cabo el estudio titulado “Nivel de conocimiento materno sobre alimentación saludable y hábitos alimentarios de preescolares”, con el objetivo de determinar la relación entre ambas variables. La investigación empleó una metodología descriptiva correlacional, con una muestra de 66 madres de preescolares de 3, 4 y 5 años. Para la recolección de datos, se utilizaron cuestionarios diseñados para evaluar el nivel de conocimiento materno sobre

alimentación saludable y los hábitos alimentarios de los preescolares. El análisis estadístico se realizó mediante el coeficiente Tau C de Kendall, obteniendo un valor de $r = 0.789$ con un nivel de significancia de $p = 0.00$, lo que indica una correlación positiva media entre ambas variables. Estos resultados sugieren que un mayor nivel de conocimiento materno sobre alimentación saludable se asocia con mejores hábitos alimentarios en los preescolares. En conclusión, el estudio evidencia que el conocimiento materno en materia de nutrición influye significativamente en la alimentación infantil, resaltando la necesidad de fortalecer programas de educación nutricional dirigidos a las madres como una estrategia clave para mejorar los hábitos alimentarios en la primera infancia.

1.3. Bases teóricas

Para comprender esta investigación, es importante tener en cuenta algunos conceptos:

1.3.1.1. Producto Orgánico

La definición de un producto orgánico es todo aquel que no ha experimentado intervenciones profundas del hombre para modificar el producto (o insumo) de su estado original. Asimismo, estos deben cumplir con un sistema estricto de producción orgánica (Higuchi, 2015).

1.3.1.2. Agricultura Orgánica

Hace un tiempo, la agricultura orgánica fue un sector económico que contó con un alto ascenso, a una tasa del 20% anual. Hoy en día, se pueden encontrar variedad de productos etiquetados orgánicos, en la mayoría de los supermercados alrededor del mundo. Asimismo, se acuerdo con Soto (2020), la agricultura orgánica se basa en cuatro

principios: equidad, ecología, salud y precaución. Estos aspectos deben adaptarse a la realidad de cada país y a su situación socioeconómica.

1.3.1.3. Marco internacional de alimentos orgánicos

A nivel global, se ha identificado un crecimiento sostenido en la preferencia de los consumidores por los alimentos orgánicos, impulsado por la preocupación sobre los efectos negativos de los alimentos ultraprocesados en la salud y el medio ambiente. Este segmento de consumidores, generalmente bien informado, reconoce los riesgos asociados al uso de sustancias químicas en la producción de alimentos y busca alternativas más saludables y sostenibles. En consecuencia, el consumo de productos libres de agroquímicos ha aumentado, promoviendo un estilo de vida más responsable con el bienestar humano y ambiental (Camarena, 2020).

Según Villanueva et al. (2022), la agricultura ecológica ha experimentado un crecimiento significativo a nivel mundial. Las últimas estadísticas indican que existen aproximadamente 74,9 millones de hectáreas de tierras agrícolas dedicadas a la producción orgánica, lo que evidencia un incremento sostenido entre 2019 y 2020. Entre los países con mayor expansión en superficie de agricultura ecológica destacan Australia, con 36 millones de hectáreas; Argentina, con 4 millones; y Uruguay, con 3 millones. Además, la cantidad de productores orgánicos ha aumentado en un 7.6 % desde 2019, con India, Etiopía y Tanzania liderando este crecimiento (Helga, 2022).

En términos de mercado, Helga (2022) señala que la demanda global de productos orgánicos ha superado los 120,6 mil millones de euros, con Estados Unidos como el principal mercado, registrando 49,5 mil millones de euros en ventas. Alemania y Francia también destacan en este sector, con 15 y 12,7 mil millones de euros, respectivamente. Asimismo, países como Canadá, China y Alemania continúan mostrando un crecimiento

en la comercialización de estos productos, consolidando la tendencia hacia un consumo más sostenible y consciente a nivel internacional.

1.3.1.4. Calidad de Vida

El concepto de calidad de vida ha adquirido gran relevancia en diversas áreas de investigación, evolucionando desde una perspectiva global centrada en el bienestar de las sociedades y comunidades hacia una visión más individualizada que enfatiza aspectos psicológicos y emocionales. En la actualidad, la calidad de vida se define como un estado óptimo de bienestar personal, influenciado por factores tanto individuales como ambientales. Para su evaluación, es fundamental considerar múltiples dimensiones que inciden en la percepción del bienestar. Según Ramírez et al. (2020), estas dimensiones incluyen el bienestar emocional, las relaciones interpersonales, el bienestar material, el desarrollo personal, el bienestar físico, la autodeterminación, la inclusión social y el respeto a los derechos. La interacción de estos factores permite una comprensión integral de la calidad de vida y facilita el diseño de estrategias orientadas a su mejora en distintos contextos.

1.3.2. Teorías del consumo de alimentos orgánicos

Existen varias teorías relacionadas con el consumo de alimentos orgánicos, que explican las motivaciones y comportamientos de los consumidores. Asimismo, estas teorías proporcionan un marco teórico para comprender los factores que influyen en el consumo de alimentos orgánicos y cómo se pueden diseñar estrategias efectivas para promover su adopción. Algunas de las teorías más relevantes incluyen:

1.3.2.1. Teoría de la Elección Racional

Se basa en que los consumidores toman decisiones racionales, al seleccionar alimentos orgánicos. Se centra en aspectos como la información disponible, los costos y

beneficios percibidos, y la maximización de la utilidad individual. Los consumidores evalúan los atributos de los alimentos orgánicos y los comparan con los convencionales, para tomar decisiones informadas (Vidal, 2008).

1.3.2.2. Teoría del Valor Personal

Esta teoría se centra en cómo los valores personales y las creencias influyen en el comportamiento de consumo de alimentos orgánicos. Los consumidores que valoran la salud, la sostenibilidad ambiental, la seguridad alimentaria o el bienestar animal tienden a mostrar una mayor predisposición hacia el consumo de alimentos orgánicos, ya que perciben que estos productos están alineados con sus valores (García, 2018).

1.2.2.3. Teoría del Aprendizaje Social

Según esta teoría, el comportamiento de consumo de alimentos orgánicos puede ser influenciado por el aprendizaje, a través de la observación y la imitación de modelos sociales. Si los consumidores ven a personas de su entorno que consumen alimentos orgánicos y experimentan beneficios asociados, es más probable que ellos también adopten ese comportamiento (Vega et al., 2019).

1.3.3. Teorías de la Calidad de Vida

Existen diversas teorías y enfoques relacionados con la calidad de vida, que han sido desarrollados por investigadores y teóricos, en diferentes campos. Estas teorías y enfoques proporcionan perspectivas diferentes para comprender y evaluar la calidad de vida. Es importante tener en cuenta que la calidad de vida es un concepto multidimensional y subjetivo. A continuación, se mencionan algunas de las teorías más relevantes:

1.3.3.1. Teoría de las Necesidades Humanas Básicas

Esta teoría, propuesta por Castro (2018), sugiere que la calidad de vida está influenciada por la satisfacción de las necesidades humanas básicas, organizadas en una jerarquía que incluye necesidades fisiológicas, de seguridad, de pertenencia y amor, de estima y autorrealización. Según esta teoría, cuando se satisfacen estas necesidades, se promueve un mayor bienestar y una mejor calidad de vida.

1.3.3.2. Enfoque de los Dominios

Este enfoque considera que la calidad de vida está compuesta por diferentes dominios o dimensiones que abarcan aspectos físicos, psicológicos, sociales y ambientales. Estos dominios incluyen, por ejemplo, la salud física, la salud mental, las relaciones sociales, el entorno físico, la satisfacción laboral y la participación comunitaria. Se busca evaluar y mejorar cada uno de estos dominios para lograr una mejor calidad de vida integral (Marcial et al., 2016).

1.3.3.3. Teoría del Funcionamiento Humano

Esta teoría, propuesta por Amartya Sen (como se citó en Rivero, 2000), establece un enfoque integral para la evaluación de la calidad de vida, superando la visión tradicional basada únicamente en el bienestar subjetivo. Esta teoría enfatiza la importancia de las capacidades y oportunidades que poseen las personas para llevar la vida que consideran valiosa, destacando el papel de la libertad de elección en el desarrollo individual. Desde esta perspectiva, la calidad de vida no se define solo por los recursos disponibles, sino por la capacidad de los individuos para utilizarlos de manera efectiva y alcanzar sus metas personales en distintas dimensiones de la vida. En este sentido, el desarrollo humano se entiende como la ampliación de libertades y posibilidades, permitiendo que las personas ejerzan su autonomía y potencien su bienestar de acuerdo con sus valores y aspiraciones.

1.3.3.4. Teoría del bienestar subjetivo

Según esta teoría, sostiene que la calidad de vida de un individuo se define a partir de su propia evaluación sobre su bienestar. Este enfoque considera que la percepción personal juega un papel fundamental en la determinación del bienestar, el cual se mide a través de tres componentes principales: la satisfacción con la vida, la presencia de emociones positivas y la ausencia de emociones negativas. Esta teoría ha sido ampliamente utilizada en investigaciones sobre calidad de vida y felicidad, ya que permite analizar el bienestar desde una perspectiva individual y no exclusivamente desde factores externos. Para su medición, se emplean diversos indicadores, como niveles de felicidad y satisfacción con la vida, los cuales proporcionan información relevante sobre el estado emocional y psicológico de los individuos (García, 2002).

1.4. Problema de investigación

1.4.1. Problema General

En la población de Trujillo, a pesar de ser una zona agrícola y exportadora de productos orgánicos, solo existe un mínimo porcentaje que consume alimentos saludables. Este grupo lleva un estilo de vida diferente al que lleva el común denominador de los pobladores.

En función de ello, se ha plantado la siguiente interrogante:

¿Cuál es la relación entre el consumo de alimentos orgánicos y la calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo - 2024?

1.4.2. Problemas Específicos

- ¿Cuál es la relación entre la importancia para el consumidor y la calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo - 2024?

- ¿Cuál es la relación entre el acceso de compra y la calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo - 2024?
- ¿Cuál es la relación entre la variedad de productos y la calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo - 2024?

1.5.Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Determinar la relación entre el consumo de alimentos orgánicos y la calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo - 2024.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Determinar la relación entre la importancia para el consumidor y la calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo - 2024.
- Determinar la relación entre el acceso de compra y la calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo - 2024.
- Determinar la relación entre la variedad de productos y la calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo - 2024.

1.6.Hipótesis

Hipótesis general:

Ha: Existe una relación significativa entre el consumo de alimentos orgánicos y la calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo - 2024.

H0: No existe una relación significativa entre el consumo de alimentos orgánicos y la calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo - 2024.

Hipótesis específicas:

- Ha (1): Existe una relación significativa entre la importancia para el consumidor y la calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo - 2024.
- Ha (2): Existe una relación significativa entre el acceso de compra y la calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo - 2024.
- Ha (3): Existe una relación significativa entre la variedad de productos y la calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo - 2024.

1.7. Justificación

El presente estudio busca ampliar el conocimiento sobre la relación entre el consumo de alimentos orgánicos y la calidad de vida en Trujillo. Aunque existen investigaciones sobre los beneficios de estos productos, hay pocos estudios que analicen este vínculo en un contexto local. Se pretende contribuir teóricamente con un análisis detallado para comprender mejor sus efectos en el bienestar de la población. Además, el estudio generará información relevante para futuras investigaciones. Esto permitirá desarrollar estrategias en el ámbito de la alimentación y la salud.

Desde un enfoque práctico, la investigación busca mejorar la calidad de vida de los habitantes de Trujillo, especialmente de quienes enfrentan barreras económicas y falta de información. Se pretende generar soluciones para facilitar el acceso y consumo de alimentos orgánicos, promoviendo una alimentación saludable. Los hallazgos del estudio podrían impulsar estrategias educativas sobre sus beneficios. Asimismo, si se confirma su impacto positivo en la calidad de vida, se fomentaría su producción y comercialización local. Esto beneficiaría tanto a consumidores como a productores.

En el ámbito metodológico, el estudio se fundamenta en la aplicación de un cuestionario para medir la relación entre el consumo de alimentos orgánicos y la calidad de vida en Trujillo. Se empleará un enfoque cuantitativo que permitirá obtener datos

medibles y analizarlos con herramientas estadísticas. Esto garantizará precisión y objetividad en los resultados, facilitando la identificación de patrones. Además, la metodología permitirá replicar el estudio en otros contextos. Esto ampliará su aplicabilidad y utilidad en futuras investigaciones.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

Según su finalidad, fue de tipo básica; pues, en función a la definición de Hernández et al. (2014), su propósito fue aumentar los conocimientos disponibles sobre el consumo de alimentos orgánicos y el impacto que pueden tener en la calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo. Por otro lado, para el abordaje de la investigación, se trata de una investigación cuantitativa, ya que resultó especialmente útil para describir, comprender mejor, e interpretar la situación de consumo y de compra de los alimentos orgánicos, a través de las medidas y datos estadísticos generados con la información brindada por los pobladores (Hernández et al., 2014).

Además, se trató de un estudio con alcance correlacional y transversal, dado que se busca relacionar dos variables, y la recolección de datos se realizó en un tiempo determinado (Hernández et al., 2014). Finalmente, el diseño de la investigación fue no experimental. En relación con ello, según Hagopian (2016), las investigaciones no experimentales se encuentran basadas en categorías, sucesos, contextos y conceptos que ocurren sin la intervención directa del investigador ni la manipulación de las variables para la recolección de la información. Por lo tanto, no se aplicó un proceso de experimentación para poder realizar el procesamiento de los datos obtenidos. La presente tesis contó con dichas características, puesto que careció de manipulación de las variables para la obtención de resultados. Asimismo, no se desarrolló una etapa de experimentación para la recopilación de la información necesaria.

En la presente investigación, se establecieron dos variables: consumo de alimentos orgánicos y calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo. La primera variable está relacionada con seguir una dieta, sea eventual o rutinaria, de consumo de alimentos

orgánicos, de procedencia artesanal o de tiendas especializadas. La segunda variable está ligada con el bienestar del cuerpo, la mente y la salud de la persona.

2.2. Población y muestra

2.2.1. Población

La unidad de estudio estuvo establecida por los pobladores de la ciudad de Trujillo, quienes representan el grupo de interés en la presente investigación. Se considera una población finita de 1,111,300 personas, según datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), lo que la convierte en una fuente confiable para establecer el tamaño poblacional.

La población en un estudio corresponde al conjunto total de personas que cumplen con características comunes de interés (Otzen y Manterola, 2017). En este caso, la investigación se centra en los ciudadanos de Trujillo, quienes presentan diferentes niveles de acceso de compras, conocimiento y consumo de alimentos orgánicos, permitiendo así obtener información representativa sobre su impacto en la calidad de vida. Para la presente investigación se tomó en cuenta personas de la ciudad de Trujillo con un rango de edad entre 20 y 70 años, que suman aproximadamente 656,807 personas de ambos géneros según datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).

2.2.2. Muestra

La muestra es un subconjunto de la población seleccionado para representar sus características de manera estadísticamente válida (Ventura, 2017). Para garantizar su representatividad y evitar sesgos en la recolección de datos, se empleó un muestreo probabilístico aleatorio estratificado, asegurando que todos los grupos poblacionales tengan la misma probabilidad de ser elegidos.

El cálculo del tamaño muestral se realizó mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población (656,807)

Z_α = Coeficiente de confianza (1.96 para un nivel de confianza del 95%)

p = Probabilidad de éxito (0.5)

q = Probabilidad de fracaso (0.5)

d = Margen de error (0.05)

Aplicando los valores en la fórmula:

$$n = \frac{656,807 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2 \times (656,807 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = 385$$

Se obtuvo un tamaño muestral de 385 personas. En consecuencia, esta muestra permitirá generalizar los resultados y analizar con precisión.

1.3. Técnicas e Instrumentos

La técnica de recolección de datos fue la encuesta, en la que se buscó recopilar información necesaria para poder generalizar los resultados de la investigación. Este fue un procedimiento dentro de la investigación cuantitativa, en el que el investigador recopiló información mediante el cuestionario previamente diseñado, sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoge la información. El instrumento de recolección de los datos fue el cuestionario, a través del cual se recogió información sobre el consumo de alimentos orgánicos y la calidad de vida de las personas. Para ello, se dispuso la

medición de las variables de investigación, a través de dos tipos de escala: nominal y ordinal. La escala nominal respondió a los siguientes indicadores: frecuencia de consumo, lugar de compra y tipo de producto. Por otro lado, la escala ordinal estableció los siguientes valores: “Totalmente de acuerdo”, “De acuerdo”, “Neutro”, “En desacuerdo”. y “Totalmente en desacuerdo”. La fiabilidad del instrumento que se ha aplicado para esta investigación fue evaluada por medio del Alfa de Crombach. Finalmente, se halló que este valor corresponde a 0.806, lo que indica que el instrumento es bueno y confiable para la investigación.

Tabla 1

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Valido	50	100.0
	Excluido	0	0
	Total	50	100.0

Nota. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procesamiento

Tabla 2

Alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	N de elementos
,806	43

2.4. Procedimiento de la recolección de datos

El procedimiento de recolección de datos en esta investigación se desarrolló en varias etapas para garantizar la obtención de información confiable y representativa. En primer lugar, se diseñó un instrumento de medición adecuado, como una encuesta estructurada, que permitió recopilar información relevante. Posteriormente, se llevó a

cabo una prueba piloto con una pequeña muestra de la población objetivo con el fin de validar la claridad y pertinencia de las preguntas formuladas. Luego de los ajustes necesarios, se procedió a la aplicación del instrumento en la muestra seleccionada, asegurando la estandarización del proceso y evitando sesgos en la recolección de la información.

2.5. Recolección de datos

La recolección de datos se realizó mediante encuestas dirigidas a los pobladores de la ciudad de Trujillo, quienes fueron seleccionados según criterios predefinidos para garantizar la representatividad del estudio. Estas encuestas podrán aplicarse de manera presencial o digital, dependiendo de la disponibilidad y accesibilidad de los participantes. Los encuestadores serán previamente capacitados para evitar sesgos y garantizar la correcta interpretación de las preguntas. Asimismo, se asegurará la confidencialidad de la información proporcionada por los encuestados, respetando los principios éticos de la investigación. Se realizará en un período determinado, con el objetivo de obtener una cantidad suficiente de respuestas para lograr conclusiones válidas y confiables.

2.6. Procedimiento del análisis de datos

El análisis de datos se llevará a cabo utilizando herramientas estadísticas que permitan identificar patrones, correlaciones y tendencias. En primer lugar, se realizará una depuración de los datos recopilados para eliminar respuestas incompletas o inconsistentes. Luego, se procederá a la codificación y tabulación de la información en una base de datos estructurada. Para el análisis, se emplearán técnicas de estadística descriptiva, como frecuencias, promedios y desviaciones estándar, así como pruebas de correlación y regresión que permitan determinar la relación existente entre las variables en estudio. Finalmente, los resultados serán interpretados y presentados en tablas y

gráficos, proporcionando una base sólida para las conclusiones y recomendaciones del estudio.

2.7. Análisis de Datos

Luego de obtener los resultados del software estadístico SPSS, se transcribió e interpretó la información hallada. En este análisis, se buscó encontrar la relación entre las dos variables planteadas. De esta manera, se logró cumplir con el objetivo principal de la investigación.

2.6. Aspectos Éticos

Para el desarrollo de esta investigación, se ha buscado cumplir con los principios éticos que amerita. Por ello, se respetó el anonimato de los participantes y se mantuvo su información en estado confidencial. Asimismo, se cumplió con el reconocimiento de los autores que se utilizaron a lo largo de la investigación, por medio del citado y referenciación en formato APA 7ma Edición. Además, se consideró la libertad de los participantes para formar parte de este estudio, lo que implica que todos ellos participaron de forma voluntaria e informada. Por otro lado, se ha sido consciente de la responsabilidad que implica la generación de conocimiento. Por lo tanto, se garantiza la confiabilidad de la información plasmada, su autenticidad y rigor académico.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

En primer lugar, se procedió a evaluar los resultados con la aplicación del Baremos como parte de la estadística descriptiva; y los resultados se indican a continuación:

Se presenta la tabla de baremos en relación con las dimensiones de las variables estudiadas.

Tabla 3

Baremos del consumo de alimentos orgánicos y sus dimensiones

Categoría	Inadecuado	Regular	Adecuado
Importancia para el consumidor	5 - 12	13 - 20	21 - 28
Acceso de compra	6 - 14	15 - 23	24 - 32
Variedad de productos	8 - 18	19 - 29	30 - 40
Consumo de alimentos orgánicos	20 - 40	41 - 60	61 - 80

Nota. Elaboración propia

La Tabla 3 muestra los baremos para la evaluación del consumo de alimentos orgánicos y sus dimensiones. Si un encuestado obtiene un puntaje dentro del rango "Inadecuado" en una categoría, significa que su percepción sobre la importancia, acceso o variedad de productos orgánicos es baja. Por ejemplo, si su puntuación en "Importancia para el consumidor" es de 5 a 12, su valoración es inadecuada, mientras que de 21 a 28 se clasifica como adecuada. Este criterio se aplica también para las otras dimensiones. Los resultados obtenidos fueron de "Adecuados" para todas las dimensiones en mención.

Tabla 4

Baremos para la evaluación de calidad de vida y sus dimensiones

Categoría	Inadecuado	Regular	Adecuado
Bienestar emocional	5 - 12	13 - 20	21 - 28
Relaciones interpersonales	6 - 14	15 - 23	24 - 32
Bienestar material	8 - 18	19 - 29	30 - 40
Desarrollo personal	7 - 16	17 - 26	27 - 35
Bienestar físico	6 - 14	15 - 23	24 - 32
Autodeterminación	5 - 12	13 - 20	21 - 28
Inclusión social	7 - 16	17 - 26	27 - 35
Derechos	8 - 18	19 - 29	30 - 40
Calidad de vida	20 - 40	41 - 60	61 - 80

Nota. Elaboración propia

La Tabla 4 establece los baremos para la evaluación de la calidad de vida y sus dimensiones. Un puntaje bajo en una categoría indica una percepción inadecuada en dicha dimensión, mientras que un puntaje dentro del rango adecuado refleja una valoración positiva en esa área. Por ejemplo, si un encuestado obtiene entre 5 y 12 puntos en "Bienestar emocional", significa que percibe esta dimensión como inadecuada; de 13 a 20, como regular; y de 21 a 28, como adecuada. Los resultados obtenidos fueron "Adecuados" para todas las dimensiones.

Contrastación de la Hipótesis

Para determinar si los datos presentaban una distribución normal, se aplicó la prueba de normalidad de Kolmogórov-Smirnov con un nivel de significancia del 5%. En función de los resultados obtenidos, se seleccionó el coeficiente de correlación más adecuado para el análisis.

Tabla 5

Prueba de normalidad y selección del tipo de correlación

Prueba de Normalidad	Nivel de significancia (α)	Tipo de prueba	Coefficiente de correlación
Kolmogórov-Smirnov	$\alpha > 0.05$	Paramétrica	Pearson
	$\alpha < 0.05$	No paramétrica	Rho de Spearman

Dado que la muestra superó los 50 casos, se utilizó la prueba de Kolmogórov-Smirnov con un nivel de significancia del 5%. A continuación, se presentan los valores obtenidos en la prueba de normalidad.

Tabla 6

Prueba de normalidad para las variables del estudio

Kolmogórov-Smirnov	Estadístico	gl	α
V1: Consumo de alimentos orgánicos	0.121	385	0.02
D1: Importancia para el consumidor	0.109	385	0.01
D2: Acceso	0.117	385	0.02
D3: Variedad de productos	0.128	385	0.02
V2: Calidad de vida	0.102	385	0.06
D1: Bienestar emocional	0.104	385	0.05
D2: Relaciones interpersonales	0.122	385	0.05
D3: Bienestar material	0.118	385	0.05
D4: Desarrollo personal	0.13	385	0.05
D5: Bienestar físico	0.127	385	0.06
D6: Autodeterminación	0.115	385	0.05
D7: Inclusión social	0.119	385	0.06
D8: Derechos	0.123	385	0.05

Nota. SPSS v 26

Según se observa en la Tabla 6; los datos no siguen una distribución normal, ya

que los valores de significancia (α) fueron menores a 0.05 en la mayoría de las dimensiones analizadas. Por lo tanto, se empleó la prueba no paramétrica Rho de Spearman para evaluar la correlación entre el consumo de alimentos orgánicos y la calidad de vida de los pobladores de Trujillo.

Según los criterios establecidos, dado que los datos no son normales, se optó por aplicar la prueba **no paramétrica Rho de Spearman** para evaluar la correlación entre el consumo de alimentos orgánicos y la calidad de vida de los pobladores de Trujillo.

Tabla 7

Correlación según la hipótesis general

			Consumo de alimentos orgánicos	Calidad de vida
Rho de Spearman	Consumo de alimentos orgánicos	Coefficiente de correlación	1,000	,763
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Calidad de vida	N	385	385
		Coefficiente de correlación	,763	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	385	385

Fuente: SPSS v 26

En la construcción de la Tabla 7 se visualiza una relación estadísticamente significativa entre las variables evaluadas, que, de acuerdo con la significancia de .000 del estadístico Rho de Spearman, se rechaza la hipótesis nula del estudio a favor de la hipótesis alternativa, y, con un valor correlativo de 0.763 se evidencia una relación positiva y alta, permitiéndose interpretar que a medida que se incremente el consumo de alimentos orgánicos, mejorará la calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo.

Primera hipótesis específica: Existe una relación significativa entre la importancia para el consumidor y la calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo.

Tabla 8

Correlación según la primera hipótesis específica

			Importancia para el consumidor	Calidad de vida
Rho de Spearman	Importancia para el consumidor	Coefficiente de correlación	1,000	,657
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Calidad de vida	N	385	385
		Coefficiente de correlación	,657	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	385	385

Fuente: SPSS v 26

En la construcción de la Tabla 8, se visualiza una relación estadísticamente significativa entre la dimensión "Importancia para el consumidor" del consumo de alimentos orgánicos y la calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo. De acuerdo con la significancia de .000 del estadístico Rho de Spearman, y con un valor correlativo de 0.657, se evidencia una relación positiva y moderada. Esto permite interpretar que, a medida que la importancia que el consumidor otorga al consumo de alimentos orgánicos aumenta, la calidad de vida de los pobladores de Trujillo tiende a mejorar.

Segunda hipótesis específica: Existe una relación significativa entre el acceso y la calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo.

Tabla 9

Correlación según la segunda hipótesis específica

			Acceso	Calidad de vida
Rho de Spearman	Acceso	Coefficiente de correlación	1,000	,855
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	385	385
	Calidad de vida	Coefficiente de correlación	,855	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	385	385

Fuente: SPSS v 26

En la construcción de la Tabla 9, se visualiza una relación estadísticamente significativa entre la dimensión "Acceso" del consumo de alimentos orgánicos y la calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo. De acuerdo con la significancia de .000 del estadístico Rho de Spearman, y con un valor correlativo de 0.855, se evidencia una relación positiva y alta. Esto permite interpretar que, a medida que el acceso a los alimentos orgánicos mejora, la calidad de vida de los pobladores de Trujillo tiende a aumentar.

Tercera hipótesis específica: Existe una relación significativa entre la variedad de productos y la calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo.

Tabla 10

Correlación según la tercera hipótesis específica

			Variedad de productos	Calidad de vida
Rho de Spearman	Variedad de productos	Coefficiente de correlación	1,000	,332
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	385	385
	Calidad de vida	Coefficiente de correlación	,332	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	385	385

Nota. SPSS v 26

En la construcción de la Tabla 10, se visualiza una relación estadísticamente significativa entre la dimensión "Variedad de productos" del consumo de alimentos orgánicos y la calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo. De acuerdo con la significancia de .000 del estadístico Rho de Spearman, y con un valor correlativo de 0.332, se evidencia una relación positiva y moderada. Esto permite interpretar que, a medida que aumenta la variedad de productos orgánicos disponibles, la calidad de vida de los pobladores de Trujillo tiende a mejorar.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Discusión

El objetivo general de esta investigación fue determinar la relación entre el consumo de alimentos orgánicos y la calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo - 2024. Los resultados obtenidos mediante el coeficiente de correlación de Spearman ($r = 0.763$, $p = 0.000$) evidenciaron una relación positiva y significativa entre ambas variables, lo que indica que un mayor consumo de alimentos orgánicos está asociado con una mejor calidad de vida. Este hallazgo es consistente con el estudio de Parra et al. (2023), quienes identificaron que el 74% de los consumidores de alimentos orgánicos en Chile reportaban mejores condiciones de salud y bienestar. De manera similar, Araya y Rojas (2021) encontraron que el 68% de los consumidores chilenos percibían los alimentos orgánicos como más saludables y de mejor calidad. En el contexto nacional, Villanueva y Alva (2022) concluyeron que el 68.4% de los consumidores peruanos con intención de compra de alimentos orgánicos lo hacían motivados por la búsqueda de una mejor calidad de vida. Desde un enfoque teórico, estos resultados coinciden con la Teoría del Bienestar Subjetivo de García Martín (2002), quien sostiene que la percepción de bienestar está influenciada por la satisfacción con la alimentación y el estilo de vida. Como aporte final, la presente investigación reafirma la necesidad de promover políticas públicas que fomenten el consumo de alimentos orgánicos como parte de una estrategia para mejorar la calidad de vida de la población trujillana.

Respecto al primer objetivo específico, se buscó determinar la relación entre la importancia que el consumidor otorga a los alimentos orgánicos y su calidad de vida. Los resultados mostraron una correlación positiva moderada ($r = 0.657$, $p = 0.000$), lo que sugiere que los consumidores que consideran importante la ingesta de alimentos orgánicos presentan una mejor percepción de su calidad de vida. Barrera (2020) obtuvo

resultados similares en su estudio sobre el consumo responsable en Guayaquil, donde encontró una correlación positiva entre la motivación de compra y la percepción de bienestar ($Rho = 0.612, p < 0.05$). En la misma línea, Fong y García (2022) identificaron que el 65% de los consumidores en Lima Metropolitana consideran que los alimentos orgánicos son más saludables y el 52% los consume regularmente. Estos hallazgos pueden explicarse desde la Teoría del Valor Personal de García (2018), la cual establece que las creencias y valores individuales influyen en las decisiones de consumo, reforzando la idea de que la valoración positiva de los alimentos orgánicos contribuye a una mejor calidad de vida. Como aporte final, se recomienda fortalecer las estrategias de comunicación y concienciación sobre los beneficios de los alimentos orgánicos, promoviendo su adopción en la población trujillana.

En cuanto al segundo objetivo específico, se evaluó la relación entre el acceso a los alimentos orgánicos y la calidad de vida. Se encontró una correlación alta y positiva ($r = 0.855, p = 0.000$), lo que indica que el acceso adecuado a estos productos es un factor determinante para la mejora del bienestar de los consumidores. De manera similar, Quispe y Salazar (2023) concluyeron que el acceso limitado a estos productos en zonas rurales del Perú dificultaba la adopción de una dieta saludable. Asimismo, Gamarra et al. (2021) identificaron que el 65% de los consumidores en Lima aumentó su consumo de productos orgánicos cuando tuvieron mayor accesibilidad en los puntos de venta. Desde un enfoque teórico, estos resultados pueden sustentarse en la Teoría de la Elección Racional de Vidal (2008), la cual señala que los consumidores toman decisiones basadas en costos y beneficios percibidos, lo que explica por qué un mayor acceso incentiva la compra y consumo de productos orgánicos. Como aporte final, se sugiere la implementación de estrategias comerciales y políticas públicas que faciliten el acceso a estos productos, asegurando su disponibilidad en mercados locales y supermercados.

Finalmente, en relación con el tercer objetivo específico, se analizó la relación entre la variedad de productos orgánicos y la calidad de vida. Los resultados indicaron una correlación positiva moderada ($r = 0.332$, $p = 0.000$), lo que sugiere que una mayor diversidad de opciones en el mercado podría favorecer la adopción de hábitos alimenticios saludables. En este sentido, el estudio de Villanueva y Alva (2022) encontró que el 75.5% de los consumidores de Lima Metropolitana mencionaron que la variedad de productos orgánicos en el mercado influía en su intención de compra. De igual forma, el informe de FAO (2022) sobre América Latina destacó que la diversificación de la oferta de productos orgánicos es clave para aumentar el consumo y mejorar la nutrición de la población. Teóricamente, estos hallazgos se sustentan en la Teoría del Funcionamiento Humano de Amartya Sen (Rivero, 2000), la cual destaca la importancia de la disponibilidad y accesibilidad de bienes esenciales para mejorar la calidad de vida. Como aporte final, se recomienda incentivar la producción y diversificación de productos orgánicos en Trujillo, promoviendo la inclusión de más opciones en los mercados y facilitando el acceso de los consumidores a una mayor variedad de alimentos saludables.

4.2. Limitaciones

Si bien la investigación se desarrolló con rigor metodológico, se presentaron algunas limitaciones. Una de ellas fue la disponibilidad y predisposición de los encuestados para participar en el estudio, lo que pudo influir en la representatividad de la muestra. Además, la información obtenida estuvo basada en autopercepciones de los encuestados, lo que podría generar sesgos en las respuestas. Para mitigar estas limitaciones, se realizó una selección cuidadosa de la muestra mediante muestreo probabilístico aleatorio estratificado, asegurando representatividad poblacional, y se garantizó el anonimato de los participantes para fomentar respuestas más honestas y precisas.

4.3. Implicancias

Los hallazgos de esta investigación tienen implicancias significativas en el ámbito de la salud pública, la economía local y las políticas de alimentación sostenible. La relación positiva entre el consumo de alimentos orgánicos y la calidad de vida sugiere la necesidad de promover iniciativas que faciliten su acceso y asequibilidad, beneficiando tanto a consumidores como a productores. En el sector comercial, los resultados pueden ser utilizados por emprendedores y empresas para fortalecer la oferta de productos orgánicos y educar a los consumidores sobre sus beneficios. Asimismo, estos hallazgos podrían contribuir a diseñar estrategias gubernamentales orientadas a incentivar la producción y distribución de alimentos orgánicos, promoviendo hábitos alimenticios más saludables y sostenibles.

4.4. Conclusiones

Con respecto al Objetivo General: se confirma que existe una relación positiva y significativa (Correlación de Spearman, $r = 0.763$, $p = 0.000$) entre el consumo de alimentos orgánicos y la calidad de vida del poblador de Trujillo, lo que resalta la importancia de promover el acceso y consumo de estos productos para mejorar el bienestar de la población.

En cuanto al Primer Objetivo Específico: Se determinó que la importancia que los consumidores otorgan a los alimentos orgánicos influye positivamente en su percepción de calidad de vida (Correlación positiva moderada, $r = 0.657$, $p = 0.000$), lo que resalta la necesidad de estrategias educativas y de concienciación sobre los beneficios de estos productos.

En cuanto al Segundo Objetivo Específico: Se concluye que el acceso a compras de los alimentos orgánicos es un factor determinante en la mejora de la calidad de vida

(Correlación alta y positiva, $r = 0.855$, $p = 0.000$), por lo que se recomienda implementar políticas públicas y estrategias comerciales que faciliten su distribución y asequibilidad.

Con respecto al Tercer Objetivo Específico: Se establece que la variedad de productos orgánicos incide moderadamente en la calidad de vida de los consumidores (Correlación positiva moderada, $r = 0.332$, $p = 0.000$), por lo que se sugiere diversificar la oferta de estos productos para incentivar su consumo y maximizar sus beneficios en la salud.

4.5. Recomendaciones

Promover campañas de sensibilización sobre los beneficios de los alimentos orgánicos y facilitar el acceso a productos orgánicos mediante estrategias de comercialización inclusiva.

Incentivar la producción local de alimentos orgánicos con apoyo gubernamental y financiero.

Fomentar la inclusión de alimentos orgánicos en programas de nutrición pública.

Implementar estudios adicionales para evaluar el impacto a largo plazo del consumo de estos productos en la calidad de vida.

REFERENCIAS

- Adias-Odón, F. G. (2012). El proyecto de investigación (6a ed.). Editorial Episteme.
https://www.researchgate.net/publication/301894369_EL_PROYECTO_DE_INVESTIGACION_6a_EDICION
- Ramírez-Coronel, A. A., Malo-Larrea, A., Martínez-Suarez, P. C., Montánchez-Torres, M. L., Torracchi-Carrasco, E., & González-León, F. M. (2020). Origen, evolución e investigaciones sobre la Calidad de Vida: Revisión Sistemática. *Archivos Venezolanos de Farmacología y Terapéutica*, 39(8), 954–959.
<https://doi.org/10.5281/ZENODO.4543649>
- Alvarado Campos de Gozzer, L. (2018). La Comunicación Integrada de Marketing en el sector editorial: la aplicación de una campaña piloto del Plan estratégico de comunicación y marketing digital para la tienda virtual del Fondo Editorial de la PUCP [Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú].
<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/10045>
- Alvarez, A. (2019). Factores críticos en la intención de compra de alimentos orgánicos: caso de estudio en consumidores del área metropolitana de Lima, Perú. [Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Autónoma de Nuevo León].
<https://rediab.uanl.mx/Record/eprints-18486>
- Araya-Pizarro, Sebastián, & Rojas-Escobar, Luperfna. (2021). Cuidado de la salud como determinante del consumo de alimentos orgánicos en Chile. *Idesia (Arica)*, 39(1), 59-67. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-34292021000100059>
- Barrera, F. (2020). *Consumo responsable: motivaciones de compra de alimentos orgánicos en hombres y mujeres de 25 a 34 años en la ciudad de Guayaquil derivado del efecto covid-19*. <https://redi.chedia.edu.ec/document/502687>

- Briceño, S., Mejías, I. y Godoy, E. (2010). Comunicación de Marketing. Daena: International Journal of Good Conscience, 5(1), 98 – 113. [http://www.spentamexico.org/v5-n1/5\(1\)98-113.pdf](http://www.spentamexico.org/v5-n1/5(1)98-113.pdf)
- Caldevilla Domínguez, D. (2009). LA IMPORTANCIA DE LA IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA. Vivat Academia, XII(103), 1 – 26. DOI: <http://dx.doi.org/10.15178/va.2009.103.1-26>
- Camacho Cleonares, A. (2017). Comunicación Integral De Marketing En Los Clientes De Las Empresas De Cosméticos Oriflame Y Natura, Ate, 2017 [Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/7151>
- Campaña, J., Rivadeneira, J., Gaspar, M., & Mora, A. (2023). Alimentos Orgánicos: Un Enfoque Sostenible en la Cadena de Valor. *Código Científico Revista De Investigación*, 4(2), 225–237. <https://doi.org/10.55813/gaea/ccri/v4/n2/240>
- Castro Molina, F. J. (2018). Abraham Maslow, las necesidades humanas y su relación con los cuidadores profesionales. *Cultura de los Cuidados*, 22(52), 102 – 108. doi:10.14198/cuid.2018.52.09
- Choque, B., Mamani, M., & Rivera, K. (2023). Consumo de Alimentos Procesados y Ultra procesados, y su Relación con la Actividad Física en Adolescentes. *Comuni@cción*, 14(2), 111-121. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.14.2.838>
- Costa, J. (1977). La imagen de empresa. Métodos de comunicación integral. Ibérico Europea de Ediciones.
- Díaz Talledo, A. B. y Loayza Silva, N. (2021). Posicionamiento de marca del agua de mesa Chan Chan y propuesta de plan de comunicaciones integradas de marketing

- 2021 [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada Antenor Orrego].
<http://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/7147>
- Estrella Ramón, A. y Segovia López, C. (2016). Comunicación integrada de marketing. ESIC Editorial.
- FAO. (2022). Panorama regional sobre la producción y consumo de alimentos orgánicos en América Latina y el Caribe. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Recuperado de <https://openknowledge.fao.org/items/f0249a6f-f13c-46b2-ac9e-6517134c82ae>
- Fong Grados, J., & García Acuña, J. C. (2022). *Variables que influyen en el comportamiento de compra en consumidores de alimentos orgánicos de 18 a 60 años de los NSE A, B y C en Lima Metropolitana* [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Institucional UPC. <http://hdl.handle.net/10757/661045>
- Gamarra Guerra, E. R., Guevara Cornejo, M. S., & Huayta Peña, J. L. (2021). *Comportamiento del consumidor de alimentos orgánicos según la modalidad de venta en el contexto de estado de emergencia por el COVID-19 en Lima Metropolitana* [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Institucional PUCP. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/20734>
- García Aguirre, V. R. (2018). Clasificación y medición de las actividades económicas de México en 2012, desde la teoría del valor – Trabajo en Marx [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México]. https://ru.dgb.unam.mx/bitstream/DGB_UNAM/TES01000771028/3/0771028.pdf

- García Martín, M. A. (2002). El bienestar subjetivo. *Escritos de psicología*, (6), 18 – 39.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=281674>
- Gavidia Vela, S. del P., & Graos Santos, Y. L. (2022). *Prácticas alimentarias del cuidador y estado nutricional en preescolares* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo]. Repositorio Institucional UNT.
<https://hdl.handle.net/20.500.14414/17861>
- Gómez Lara, A. (2021). Rediseño de la identidad visual corporativa de un estudio de arquitectura [Tesis de Grado, Universitat Politècnica de València].
<https://riunet.upv.es/handle/10251/170678?show=full>
- Gómez Navas, J. S. y Salinas González, J. (2017). Comunicación integral en construcción de marcas ciudad: aportes, tensiones y desafíos. *Prisma Social*, (19), 368 – 387.
<https://www.redalyc.org/pdf/3537/353754089014.pdf>
- Gordon-Isasi, J., Narvaiza Cantin, L. y Gibaja Martíns, J. J. (2020). La comunicación integrada de marketing (CIM) en la educación superior (es) en tiempos de pandemia. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda época*, (2), 53 – 69.
<https://doi.org/10.17561/ree.v2020n2.4>
- Hernández Sampieri, R. y Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. Mc Graw Hill Education.
<https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la Investigación (6a ed.). Mc Graw Hill Education.
- INEI. (2023). Estadísticas de consumo alimentario en el Perú 2023. Instituto Nacional de Estadística e Informática. Recuperado de

<https://www.gob.pe/institucion/inei/informes-publicaciones/4932612-compendio-estadistico-peru-2023>

Marcial Romero, N., Peña Olvera, B. V., Escobedo Garrido, J. S. y Macías López, A. (2016). Elementos objetivos y subjetivos en la calidad de vida de hogares rurales en Yehualtepec, Puebla. *Estudios sociales (Hermosillo, Son.)*, 26(48), 277 – 303.

https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-45572016000200277&script=sci_arttext

Meemken, E.-M., & Qaim, M. (2018). Organic agriculture, food security, and the environment. *Annual Review of Resource Economics*, 10, 39-63.

<https://doi.org/10.1146/annurev-resource-100517-023252>

MIDAGRI. (2022). Informe de avances en el programa 'De la chacra a la olla' 2022.

Ministerio de Agricultura y Riego del Perú. Recuperado de <https://www.gob.pe/institucion/midagri/informes-publicaciones/2826318-boletin-estadistico-mensual-el-agro-en-cifras-2022>

Navarro Suárez, N. (2022). Importancia de la identidad visual corporativa en las corporaciones. Propuesta de nueva identidad visual para el grupo Inditex [Tesis de Grado, Universidad de Valladolid]. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/54705>

Ñaupas Paitán, H., Valdivia Dueñas, M. R., Palacios Vilela, J. J. y Romero Delgado, H. E. (2018). Metodología de la investigación Cuantitativa – Cualitativa y Redacción de la Tesis (5a ed.). Ediciones de la U.

Parra-Soto, S., Villagrán-Cerro, C., Ramírez-Contreras, C., Poblete-Valderrama, F. ., Briones, L. ., Grez, C. ., Rosales, M. ., & Cárcamo, G. . (2025). Asociación entre el consumo de alimentos orgánicos y la actividad física de adultos residentes en Chile. *Retos*, 63, 496–502. <https://doi.org/10.47197/retos.v63.106211>

- Quispe Cuya, C. A. (2018). Identidad visual corporativa y su influencia en el posicionamiento de marca de la empresa del sector comida y productos saludables Mellizos [Tesis de Bachiller, Universidad Tecnológica del Perú]. https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/1555/Cesar%20Quispe_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rivero, C. I. (2000). Calidad de vida: el enfoque de Amartya Sen y sus exclusiones. Revista Faces. <http://servicio.bc.uc.edu.ve/faces/revista/a9n19/9-19-4.pdf>
- Rodriguez Lorente, B. (2017). Mr. Panzerotto: creación de una marca y desarrollo del manual de identidad visual [Tesis de Grado, Universitat Politècnica de València]. <https://docplayer.es/94020079-Belen-rodriguez-lorente-mr-panzerotto-creacion-de-una-marca-y-desarrollo-del-manual-de-identidad-visual-septiembre-2017.html>
- Rodriguez Puelles, P., & Vargas Bravo, L. (2024). Nivel de conocimiento materno sobre alimentación saludable y hábitos alimentarios de preescolares [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo]. Repositorio Institucional UNT. <https://hdl.handle.net/20.500.14414/21725>
- Rosales Gómez, A. E. (2017). Diseño de identidad visual corporativa del complejo deportivo San Pedro y la percepción en jóvenes del distrito de Ancón, Lima – 2017 [Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/24387>
- Sabino López, J. W. S. (2017). Influencia de las estrategias de comunicaciones integradas de marketing en el posicionamiento de la marca de la Academia Preuniversitaria Kepler del distrito de Trujillo año 2016 [Tesis de Licenciatura, Universidad

Privada Antenor Orrego].

<http://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/2339>

Salvador Rivero, A. y Montes Vozmediano, M. (2016). La identidad visual del lujo en España. Prisma Social, (17), 1 – 23.

<https://www.redalyc.org/pdf/3537/353749552001.pdf>

Sandino Gutiérrez, E. M. y Urbina Barreras, F. Y. (2017). Comunicación Integrada de Marketing: La Influencia del Marketing directo en los canales de comercialización y su relación con las ventas personales [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua].

<https://repositoriosiidca.csuca.org/Record/RepoUNANM4822>

Sanz Peralta, A., Ortiz Ramos, M. y Romero-Rodríguez, L. M. (2023). Identidad visual corporativa de las entidades financieras en España: análisis de contenido iconográfico-simbólico en web. Doxa Comunicación, (37).

<https://revistascientificas.uspceu.com/doxacomunicacion/article/view/1754/3630>

SENASA. (2022). Informe anual sobre producción orgánica en la región La Libertad. Servicio Nacional de Sanidad Agraria. Recuperado de <https://www.gob.pe/institucion/senasa/informes-publicaciones/3310391-estadisticas->

Soto, G. (2020). El continuo crecimiento de la agricultura orgánica: Orgánico 3.0. Revista de Ciencias Ambientales, 54(1), 215-226.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=665070594013>

Subiela Hernández, B. J. (2017). La gestión de la identidad visual corporativa de las universidades españolas. Grafica, 5(10), 115 – 124.

<https://revistes.uab.cat/grafica/article/view/v5-n10-subiela>

Supo, J. (2013). *Cómo validar un instrumento*. Universidad Autónoma Metropolitana.

Unidad Cuajimalpa.

https://www.cua.uam.mx/pdfs/coplavi/s_p/doc_ng/validacion-de-instrumentos-de-medicion.pdf

Terrones Vasquez, R. A. (2019). *Gerencia de ventas y la comunicación integral del*

marketing en Makro Supermayorista S.A, Santiago de Surco, 2019 [Tesis de

Licenciatura, Universidad César Vallejo].

<https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2971029>

Vega, N., Flores-Jiménez, R., Flores-Jiménez, I., Hurtado-Vega, B. y Rodríguez-

Martínez, J. S. (2019). *Teorías del aprendizaje*. XIKUA Boletín Científico De La

Escuela Superior De Tlahuelilpan, 7(14), 51-53.

<https://doi.org/10.29057/xikua.v7i14.4359>

Vidal de la Rosa, G. (2008). *La Teoría de la Elección Racional en las ciencias sociales.*

Sociológica (México), 23(67), 221 – 236.

[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0187-](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0187-01732008000200009&script=sci_arttext)

[01732008000200009&script=sci_arttext](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0187-01732008000200009&script=sci_arttext)

Villanueva Rodríguez, N., & Alva Abad, X. A. (2022). *Factores que influyen en la*

intención de compra de alimentos orgánicos en los consumidores millennials de

Lima Metropolitana. Repositorio Institucional. Ulima.

<https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/17179>

Villanueva Vásquez, B. B. (2024). *Factores biosocioculturales y estilos de vida del*

adulto mayor del sector Alan García, La Esperanza-Trujillo, 2023 [Tesis de

licenciatura, Universidad Católica de Trujillo - Benedicto XVI]. Repositorio

Institucional UCT. <https://hdl.handle.net/20.500.14520/5911>

- Wang, Y., Wu, C. & Yuan, J. (2009). The Role of Integrated Marketing Communications (IMC) on Heritage Destination Visitations. *Journal of Quality Assurance In Hospitality & Tourism*, 10(3), 218 – 231. DOI: 10.1080/15280080902988048
- WHO. (2021). Global status report on noncommunicable diseases 2021. World Health Organization. Recuperado de <https://www.who.int/publications/i/item/9789240027053>
- Willer, H., Travnicek, J., Meier, C., & Schlatter, B. (2021). The World of Organic Agriculture: Statistics and Emerging Trends 2021. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL). Recuperado de <https://orgprints.org/id/eprint/40014/>
- Zambrano Navarro, C. (2016). La identidad visual basada en la metodología de Branding Corporativo y su influencia en la imagen corporativa de la empresa "Centro Comercial Elvia" para el mercado Cajamarquino en el año 2016 [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada del Norte]. <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3015701>
- Zucco, F. D., Moretti, S. L. D. y Lenzi, F. C. (2013). Superando la estacionalidad turística. Planificación y gerenciamiento de eventos y comunicación integrada de marketing. *Estudios y perspectivas en turismo*, 22(6), 1214 – 1231. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322013000600011&script=sci_arttext&tlng=en

ANEXOS

Anexo 1

Matriz de consistencia

Problema	Hipótesis	Objetivos	Variables	Metodología	Población
¿Cuál es la relación entre el consumo de alimentos orgánicos y la calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo?	Existe una relación significativa entre el consumo de alimentos orgánicos y la calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo.	Objetivo General	Variable independiente	Tipo de investigación: Cuantitativa, Básica, No experimental Diseño: Correlacional Técnica: Encuesta Instrumentos: Cuestionario	Pobladores de Trujillo: 1,111,300 personas
		Determinar la relación entre el consumo de alimentos orgánicos y la calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo	Consumo de Alimentos Orgánicos		
		Objetivos específicos	Variable dependiente	Calidad de vida	Diseño de investigación: Transversal
<ul style="list-style-type: none"> Determinar la relación entre la importancia para el consumidor y la calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo. Determinar la relación entre el acceso y la calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo. Determinar la relación entre la variedad de productos y la calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo. 	Muestra probabilística y aleatoria. 385 personas residentes de Trujillo, durante el último año				

Anexo 2. Operacionalización de variables

Título: “Relación entre el consumo de alimentos orgánicos y la calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo, 2024”					
Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Variable 1 Consumo de Alimentos Orgánicos	“Producto orgánico: es aquel producto libre de pesticidas y que en todo su proceso de producción su impacto al medio ambiente es menor” (Salgado, 2018, p. 6).	Existen “tres motivaciones para el consumo de alimentos orgánicos: control, reconocimiento y pertenencia” (Izurieta, 2017, p. 171).	Importancia para el consumidor	Frecuencia de consumo	Escala nominal
			Acceso de compra	Lugar de compra	
			Variedad de productos	Tipo de producto	
Variable 2 Calidad de vida	“Un estado deseado de bienestar personal compuesto por varias dimensiones centrales que están influenciadas por factores personales y ambientales. Estas dimensiones centrales son iguales para todas las personas, pero pueden variar individualmente en la importancia y valor que se les atribuye. La evaluación de las dimensiones está basada en indicadores que son sensibles a la cultura y al contexto en que se aplica” (Schalock y Verdugo, 2007, como se citó en Verdugo et al., 2013, p. 446).	“La calidad de vida tiene componentes subjetivos y objetivos que se pueden medir, y se entiende hoy, avalado por múltiples investigaciones, desde un enfoque multidimensional de las ocho dimensiones siguientes (Schalock y Verdugo, 2002, 2012a): bienestar emocional, relaciones interpersonales, bienestar material, desarrollo personal, bienestar físico, autodeterminación, inclusión social y derechos” (Verdugo et al., 2013, pp. 446 – 447).	Bienestar emocional	Nivel de satisfacción personal Estado de ánimo Actitud frente a la vida	Escala ordinal Siempre o casi siempre Frecuentemente Algunas veces Nunca o casi nunca
			Relaciones interpersonales	Frecuencia de interacción positiva con otros Nivel de satisfacción interpersonal	
			Bienestar material	Lugares que habita Acceso económico a recursos	
			Desarrollo personal	Adaptabilidad ante la vida Acceso a tecnología Nivel de satisfacción en el trabajo	
			Bienestar físico	Calidad de sueño Calidad de alimentación Estado de salud Nivel de higiene	
			Autodeterminación	Capacidad de proyección Nivel de libertad	
			Inclusión social	Frecuencia en que habita espacios comunes Percepción sobre apoyo de otros	
			Derechos	Frecuencia del ejercicio de sus derechos	

Anexo 3. Matriz de instrumentos

Título de investigación: “Relación entre el consumo de alimentos orgánicos y la calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo - 2024”				
Variable	Dimensiones	Indicador	Ítems	Opción de respuesta
Consumo de Alimentos Orgánicos	Importancia para el consumidor	Frecuencia de consumo	1. En los últimos 6 meses, ¿ha consumido productos orgánicos? 2. Si su respuesta fue "sí", ¿con qué frecuencia los ha consumido/consume?	Sí/No
				Diariamente Una vez a la semana Una vez cada 15 días Una vez al mes
	Acceso de compra	Lugar de compra	3. Si su respuesta a la pregunta 1 fue "sí", ¿dónde obtiene estos productos?	Supermercado Tienda especializada De mi huerto Tienda pequeña del barrio Al productor Frutería Venta por internet
	Variedad de productos	Tipo de producto	4. Si tu respuesta a la pregunta 1 fue "sí", ¿qué tipo de productos orgánicos es el que más consumes? (Puedes escoger más de uno)	Verduras Frutas Pan, cereales, arroz y pastas Leche, yogurt y queso Grasas, aceites y dulces Carnes, aves, legumbres, frutos secos y huevos
Calidad de vida	Bienestar emocional	Nivel de satisfacción personal Estado de ánimo Actitud frente a la vida	5. Usted se siente satisfecho con su vida presente.	Escala ordinal Siempre o casi siempre

			<p>6. Usted presenta síntomas de depresión.</p> <p>7. La mayor parte del tiempo te sientes alegre y de buen humor.</p> <p>8. Te sientes inseguro consigo mismo.</p> <p>9. Usted presenta síntomas de ansiedad.</p> <p>10. Se muestra satisfecho consigo mismo</p> <p>11. Cuando realiza algún tipo de actividad, se muestra motivado.</p>	<p>Frecuentemente</p> <p>Algunas veces</p> <p>Nunca o casi nunca</p>
	Relaciones interpersonales	<p>Frecuencia de interacción positiva con otros</p> <p>Nivel de satisfacción interpersonal</p>	<p>12. Tiene una buena relación con su familia.</p> <p>13. Se queja de la falta de amigos estables.</p> <p>14. Mantiene una buena relación con sus compañeros de trabajo.</p> <p>15. Se siente querido por las personas importantes para usted.</p> <p>16. La mayoría de las personas con las que interactúa tiene una condición similar a la suya.</p> <p>17. Tiene una vida sexual satisfactoria.</p>	
	Bienestar material	<p>Lugares que habita</p> <p>Acceso económico a recursos</p>	<p>18. El lugar donde vive le impide llevar un estilo de vida saludable (ruidos, humos, olores, oscuridad, escasa ventilación, desperfectos, inaccesibilidad...)</p> <p>19. El lugar donde trabaja cumple con las normas de seguridad.</p>	

			<p>20. El lugar donde vive está adaptado a sus necesidades.</p> <p>21. El lugar donde vive está limpio.</p> <p>22. Dispone de los recursos económicos necesarios para cubrir sus necesidades básicas.</p> <p>23. Sus ingresos son insuficientes para permitirle acceder a caprichos</p>	
	Desarrollo personal	<p>Adaptabilidad ante la vida</p> <p>Acceso a tecnología</p> <p>Nivel de satisfacción en el trabajo</p>	<p>24. Le resulta difícil adaptarse a las situaciones que se le presentan</p> <p>25. Tiene acceso a nuevas tecnologías (Internet, teléfono móvil, etc.)</p> <p>26. El trabajo que desempeña le permite el aprendizaje de nuevas habilidades.</p> <p>27. Se siente desmotivado en su trabajo.</p>	
	Bienestar físico	<p>Calidad de sueño</p> <p>Calidad de alimentación</p> <p>Estado de salud</p> <p>Nivel de higiene</p>	<p>28. Usted tiene problemas de sueño.</p> <p>29. Sus hábitos de alimentación son saludables.</p> <p>30. Su estado de salud le permite llevar una actividad normal.</p> <p>31. Tiene problemas de salud que le produzcan dolor y malestar</p> <p>32. Tiene un buen aseo personal.</p>	
	Autodeterminación	<p>Capacidad de proyección</p> <p>Nivel de libertad</p>	<p>33. Tiene metas, objetivos e intereses personales.</p> <p>34. Defiende sus ideas y opiniones.</p> <p>35. Organiza su propia vida.</p>	


	Inclusión social	Frecuencia en que habita espacios comunes Percepción sobre apoyo de otros	<p>36. Utiliza entornos comunitarios (piscinas públicas, cines, teatros, 4 3 2 1 museos, bibliotecas...)</p> <p>37. Su familia le apoya cuando lo necesita.</p> <p>38. Sus amigos le apoyan cuando lo necesita</p> <p>39. Es rechazado o discriminado por los demás.</p>	
	Derechos	Frecuencia del ejercicio de sus derechos	<p>40. Su familia vulnera su intimidad (lee su correspondencia, entra sin llamar a la puerta...)</p> <p>41. En su entorno es tratado con respeto</p> <p>42. Dispone de información sobre sus derechos fundamentales como ciudadano.</p> <p>43. Sufre situaciones de explotación, violencia o abusos</p>	

Nota. Adaptado de Salgado (2018) y Verdugo et al. (2009).

Anexo 4. Validación 1

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS				
Título de la investigación:		Relación entre el consumo de Alimentos Orgánicos y la calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo, 2023.		
Línea de investigación:		Desarrollo Sostenible y Gestión empresarial.		
El instrumento de medición pertenece a las variables:		Consumo de Alimentos orgánicos y Calidad de Vida.		
Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.				
Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	En los últimos 6 meses, ¿ha consumido productos orgánicos?	X		
2	Si su respuesta fue "sí", ¿con qué frecuencia los ha consumido/consume?	X		
3	Si su respuesta a la pregunta 1 fue "sí", ¿dónde obtiene estos productos?	X		
4	Si tu respuesta a la pregunta 1 fue "sí", ¿qué tipo de productos orgánicos es el que más consumes? (Puedes escoger más de uno)	X		
5	Usted se siente satisfecho con su vida presente.	X		
6	Usted presenta síntomas de depresión.	X		
7	La mayor parte del tiempo te sientes alegre y de buen humor.	X		
8	Te sientes inseguro consigo mismo.	X		
9	Usted presenta síntomas de ansiedad.	X		
10	Se muestra satisfecho consigo mismo	X		
11	Cuando realiza algún tipo de actividad, se muestra motivado.	X		
12	Tiene una buena relación con su familia.	X		
13	Se queja de la falta de amigos estables.	X		
14	Mantiene una buena relación con sus compañeros de trabajo.	X		
15	Se siente querido por las personas importantes para usted.	X		
16	La mayoría de las personas con las que interactúa tiene una condición similar a la suya.	X		
17	Tiene una vida sexual satisfactoria.	X		
18	El lugar donde vive le impide llevar un estilo de vida saludable (ruidos, humos, olores, oscuridad, escasa ventilación, desperfectos, inaccesibilidad...)	X		

19	El lugar donde trabaja cumple con las normas de seguridad.	X		
20	El lugar donde vive está adaptado a sus necesidades.	X		
21	El lugar donde vive está limpio.	X		
22	Dispone de los recursos económicos necesarios para cubrir sus necesidades básicas.	X		
23	Sus ingresos son insuficientes para permitirle acceder a caprichos	X		
24	Le resulta difícil adaptarse a las situaciones que se le presentan	X		
25	Tiene acceso a nuevas tecnologías (Internet, teléfono móvil, etc.)	X		
26	El trabajo que desempeña le permite el aprendizaje de nuevas habilidades.	X		
27	Se siente desmotivado en su trabajo.	X		
28	Usted tiene problemas de sueño.	X		
29	Sus hábitos de alimentación son saludables.	X		
30	Su estado de salud le permite llevar una actividad normal.	X		
31	Tiene problemas de salud que le produzcan dolor y malestar	X		
32	Tiene un buen aseo personal.	X		
33	Tiene metas, objetivos e intereses personales.	X		
34	Defiende sus ideas y opiniones.	X		
35	Organiza su propia vida.	X		
36	Utiliza entornos comunitarios (piscinas públicas, cines, teatros, museos, bibliotecas...)	X		
37	Su familia le apoya cuando lo necesita.	X		
38	Sus amigos le apoyan cuando lo necesita	X		
39	Es rechazado o discriminado por los demás.	X		
40	Su familia vulnera su intimidad (lee su correspondencia, entra sin llamar a la puerta...)	X		
41	En su entorno es tratado con respeto	X		

42	Dispone de información sobre sus derechos fundamentales como ciudadano.	X		
43	Sufre situaciones de explotación, violencia o abusos	X		
Sugerencias: Ninguna				
<p>Nombre completo: Jorge Luis Díaz Arreda DNI: 17939472 Profesión: Estadístico – N° COESPE : 196 Grado: Magister</p> 				

Anexo 5. Validación 2

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS				
Título de la investigación:		Relación entre el consumo de Alimentos Orgánicos y la calidad de vida del poblador de la ciudad de Trujillo, 2023.		
Línea de investigación:		Desarrollo Sostenible y Gestión empresarial.		
El instrumento de medición pertenece a las variables:		Consumo de Alimentos orgánicos y Calidad de Vida.		
Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.				
Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	En los últimos 6 meses, ¿ha consumido productos orgánicos?	x		
2	Si su respuesta fue "sí", ¿con qué frecuencia los ha consumido/consume?	x		
3	Si su respuesta a la pregunta 1 fue "sí", ¿dónde obtiene estos productos?	x		
4	Si tu respuesta a la pregunta 1 fue "sí", ¿qué tipo de productos orgánicos es el que más consumes? (Puedes escoger más de uno)	x		
5	Usted se siente satisfecho con su vida presente.	x		
6	Usted presenta síntomas de depresión.	x		
7	La mayor parte del tiempo te sientes alegre y de buen humor.	x		
8	Te sientes inseguro consigo mismo.	x		
9	Usted presenta síntomas de ansiedad.	x		
10	Se muestra satisfecho consigo mismo	x		
11	Cuando realiza algún tipo de actividad, se muestra motivado.	x		
12	Tiene una buena relación con su familia.	x		
13	Se queja de la falta de amigos estables.	x		
14	Mantiene una buena relación con sus compañeros de trabajo.	x		
15	Se siente querido por las personas importantes para usted.	x		
16	La mayoría de las personas con las que interactúa tiene una condición similar a la suya.	x		
17	Tiene una vida sexual satisfactoria.	x		
18	El lugar donde vive le impide llevar un estilo de vida saludable (ruidos, humos, olores, oscuridad, escasa ventilación, desperfectos, inaccesibilidad...)	x		
19	El lugar donde trabaja cumple con las normas de seguridad.	x		

20	El lugar donde vive está adaptado a sus necesidades.	x		
21	El lugar donde vive está limpio.	x		
22	Dispone de los recursos económicos necesarios para cubrir sus necesidades básicas.	x		
23	Sus ingresos son insuficientes para permitirle acceder a caprichos	x		
24	Le resulta difícil adaptarse a las situaciones que se le presentan	x		
25	Tiene acceso a nuevas tecnologías (Internet, teléfono móvil, etc.)	x		
26	El trabajo que desempeña le permite el aprendizaje de nuevas habilidades.	x		
27	Se siente desmotivado en su trabajo.	x		
28	Usted tiene problemas de sueño.	x		
29	Sus hábitos de alimentación son saludables.	x		
30	Su estado de salud le permite llevar una actividad normal.	x		
31	Tiene problemas de salud que le produzcan dolor y malestar	x		
32	Tiene un buen aseo personal.	x		
33	Tiene metas, objetivos e intereses personales.	x		
34	Defiende sus ideas y opiniones.	x		
35	Organiza su propia vida.	x		
36	Utiliza entornos comunitarios (piscinas públicas, cines, teatros, 4 3 2 1 museos, bibliotecas...)	x		
37	Su familia le apoya cuando lo necesita.	x		
38	Sus amigos le apoyan cuando lo necesita	x		
39	Es rechazado o discriminado por los demás.	x		
40	Su familia vulnera su intimidad (lee su correspondencia, entra sin llamar a la puerta...)	x		
41	En su entorno es tratado con respeto	x		
42	Dispone de información sobre sus derechos fundamentales como ciudadano.	x		
43	Sufre situaciones de explotación, violencia o abusos	x		

Sugerencias:

Nombre completo: MG. CRISTIAN TIRADO GALARRETA DNI: 41578586 Profesión: MARKETING Grado: MAGISTER