



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

**TEMA: ANÁLISIS DE LA MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS POR
PARTE DE LOS COMERCIANTES DE COMIDA PREPARADA
DEL MERCADO CERRADO DE PUJILÍ.”**

AUTORA: PAULINA DE LOS ÁNGELES CHANGOLUISA TRÁVEZ

DIRECTOR: LIC. ISMAEL GUANOLUISA.

LATACUNGA

2017



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, **“ANÁLISIS DE LA MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS POR PARTE DE LOS COMERCIANTES DE COMIDA PREPARADA DEL MERCADO CERRADO DE LA CIUDAD DE PUJILÍ”** realizado por el señorita Paulina de los Ángeles Changoluisa Trávez, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar al señorita Paulina de los Ángeles Changoluisa Trávez, para que lo sustente públicamente.

Latacunga, 13 diciembre del 2016

A handwritten signature in blue ink is located below the date. The signature is cursive and appears to read 'Ismael Guanoluisa'. Below the signature is a horizontal dashed line.

Lic. Ismael Guanoluisa.

Director



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

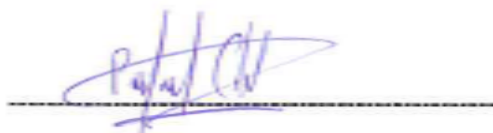
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, Paulina de los Ángeles Changoluisa Trávez, con cédula de identidad N° 0502655186, declaro que este trabajo de titulación **“ANÁLISIS DE LA MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS POR PARTE DE LOS COMERCIANTES DE COMIDA PREPARADA DEL MERCADO CERRADO DE LA CIUDAD DE PUJILÍ”** ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaro que este trabajo es de mi autoría, en virtud de ello me declaro responsable del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Latacunga, 13 diciembre del 2016



Paulina de los Ángeles Changoluisa Trávez

C.C.: 0502655186



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

AUTORIZACIÓN

Yo, Paulina de los Ángeles Changoluisa Trávez, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación **“ANÁLISIS DE LA MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS POR PARTE DE LOS COMERCIANTES DE COMIDA PREPARADA DEL MERCADO CERRADO DE LA CIUDAD DE PUJILÍ”** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi autoría y responsabilidad.

Latacunga, 13 diciembre del 2016



Paulina de los Ángeles Changoluisa Trávez

C.C.: 0502655186

DEDICATORIA

“El éxito consiste en obtener lo que se desea. La felicidad, en disfrutar lo que se obtiene” Emerson.

A mí querida madre:

Mi reconocimiento eterno para usted; le dedico esta obra del esfuerzo, dedicación y sacrificio que durante el camino de estudiante fue la forjadora espiritual y material para alcanzar el logro de tan ansiada meta.

Tu hija

Paulina

AGRADECIMIENTO

En primer lugar quiero agradecerle a mi papito Dios y a mi churona, por haberme regalado la vida y permitido culminar con una más de mis metas, por darme las fuerzas, la valentía y la sabiduría necesaria para cumplir con todos mis sueños y principalmente por haberme dado a mi hermosa familia que nunca me ha dejado sola.

A mi madre Gladys Trávez, por ser la forjadora en convertirme en la persona humilde y responsable, como lo soy ahora.

Mi abuelita Celia Pillo, por ser la que siempre me dice hija estudia que es lo mejor que te puede dejar tu madre.

Mis tíos/as, primos/as, demás familiares queridos, que han estado en las buenas y malas para inspirarme a superarme cada día más y ahora están acá los frutos de sus palabras, en camino ya de ser una profesional.

Amigos /as que me han demostrado su amistad incondicional y en estos meses de mi proyecto me han incentivado a terminar y luchar por mi corona.

Mi estimado tutor Ismael, Dios le pague por estar allí guiándome en las buenas y en las malas, gracias por ser un excelente profesional e inculcarme sus conocimientos, lo logramos.

Estimado director de carrera que nunca deja solos a sus alumnos esta allí hasta solucionar todo, Ing. Carlitos siga siendo esa excelente persona.

Y como no agradecer a mi angelito bello que se me adelanto, pero es la fuerza y motivación para haber terminado mi proyecto, un día te jure que sería una profesional para verte crecer y recompensarte con todo lo que mamita me dio te lo iba a dar a ti; desde el cielo se que festejaras conmigo este triunfo de las dos mi hermana Carito.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD	iii
AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xv
RESUMEN.....	xvii
SUMMARY	xviii
ANTECEDENTES.....	xix
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	xx
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	xxiii
JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.....	xxiii
OBJETIVOS	xxvi
GENERAL	xxvi
ESPECÍFICOS.....	xxvi
HIPÓTESIS.....	xxvi
CAPÍTULO I.....	1
1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	1
1.1 Manipulación de alimentos.	2
1.1.1 Instalaciones	3
1.1.2 Instalaciones Sanitarias.	3
1.1.3 Equipos y utensilios	4

1.1.4	Abastecimiento de agua.....	5
1.1.5	Evacuación de efluentes y desechos,	6
1.1.6	Higiene personal.....	6
1.1.6	Buenas prácticas de manufactura (BPM),.....	9
1.1.7	Servicio de alimentos	15
1.1.8	El servicio de las comidas.....	16
1.2	Calidad en el Servicio de alimentos y bebidas.....	19
1.2.1	Evaluación Sensorial.....	20
1.2.2	Atención al usuario.....	21
1.3	Marco Legal	22
1.4	Caracterización del objeto de estudio	29
1.4.1	Generalidades del Cantón Pujilí.....	29
1.4.2	Cabecera cantonal (Matriz)	33
CAPÍTULO II.....		39
2.	METODOLOGÍA.....	39
2.1	Modalidad de la investigación	39
2.2	Enfoques de la investigación	40
2.2.1	Enfoque cuantitativo.....	40
2.3	Métodos de la investigación	40
2.3.1	Método inductivo	40
2.4	Tipos de investigación.....	40
2.4.1	Investigación de campo	40
2.4.2	Investigación descriptiva	41
2.4.3	Investigación correlacional.....	41

2.5	Diseño de la investigación	41
2.5.1	Ficha de evaluación.	42
2.5.2	Modelo Servqual	42
2.5.3	Focus Group	44
2.6	Población y Muestra.....	45
2.7	Técnicas de recolección de datos.....	50
2.7.1	Instrumentos	51
2.7.2	Validez y confiabilidad.....	51
2.8	Técnicas de análisis de datos	52
2.9	Procesamiento de la investigación.....	53
2.9.1	Tabulación y análisis de los resultados de la variable independiente. .	53
2.9.2	Tabulación y análisis de los resultados de la variable dependiente.	53
2.9.3	Análisis de los resultados de la ficha de evaluación.	55
2.9.4	Hallazgos de la ficha de observación.....	74
2.9.5	Análisis de los resultados del método SERVQUAL	75
2.9.6	Hallazgos de la encuesta del método SERVQUAL.....	84
2.9.7	Matriz final del método SERVQUAL.	85
2.9.8	Análisis del focus group.	88
2.9.9	Análisis de los resultados de las degustaciones.	90
2.9.10	Preguntas y hallazgos del focus group.	100
2.10	Comprobación de la hipótesis.....	103
2.10.1	Planteamiento de la hipótesis.	103
2.10.2	Nivel de significación.....	110
2.10.3	Regla de decisión	111
2.10.4	Cálculo de Chi- cuadrado.....	111

2.10.5	Decisión Final	113
CAPÍTULO III.....		114
3.	PROPUESTA.....	114
3.1	Antecedentes	114
3.2	Justificación	115
3.3	Metodología	116
3.4	Objetivo General	116
3.5	Objetivos Específicos.....	116
3.5.1	Causas y efectos de la dimensión elementos tangibles,.....	117
3.5.2	Causas y efectos de la dimensión fiabilidad,	118
3.5.3	Estrategias	119
3.5.4	Tareas.....	121
3.5.5	Descripción del plan de acción	123
3.5.6	Actividades, lugar, recursos, responsables.....	125
3.5.7	Desarrollo de las actividades	127
3.5.8	Presupuesto.....	152
3.5.9	Cronograma	154
CAPÍTULO IV		157
4.	SOCIALIZACIÓN.....	157
4.1	Informe de la agenda a cumplir en la socialización.....	157
CONCLUSIONES		159
RECOMENDACIONES.....		161
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		162

ANEXOS..... 165

Anexo 1. Ficha validada.

Anexo 2. Análisis Microbiológico.

Anexo 3. Ficha con el método SERVQUAL.

Anexo 4. Ficha del análisis sensorial.

Anexo 5. Modelos de los uniformes.

Anexo 6. Guía de manipulación de alimentos.

Anexo 7. Guía de atención al cliente.

Anexo 8. Fotos.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cuadro de Operacionalización de variables.....	xxvii
Tabla 2. Proceso correcto del lavado de manos.....	7
Tabla 3. Criterios para rechazar y recibir los productos.....	10
Tabla 4. Período de almacenamiento.....	13
Tabla 5. Cocción de alimentos específicos.....	15
Tabla 6. Manipulación de la vajilla.....	17
Tabla 7. Plagas y formas de combatirlas.....	19
Tabla 8. Temperatura de los alimentos.....	21
Tabla 9. Atractivos Turísticos de parroquia la Matriz-Pujilí.....	34
Tabla 10. Rangos a evaluar.....	42
Tabla 11. Variables del método SERVQUAL.....	43
Tabla 12. Ítems de la evaluación sensorial.....	44
Tabla 13. Vendedoras del patio de comidas del mercado de Pujilí.....	45
Tabla 14. Jueces para la degustación de los platos.....	47
Tabla 15. Categorías de la gastronomía.....	47
Tabla 16. División de la gastronomía.....	48
Tabla 17. Platos para la degustación.....	48
Tabla 18. Número de personas que se acercan al mercado los días de feria.....	49
Tabla 19. Escala de Likert.....	50
Tabla 20. Valores para la interpretación.....	54
Tabla 21. Requisitos de la infraestructura.....	55
Tabla 22. Área y estructura interna.....	56
Tabla 23. Iluminación y ventilación.....	57
Tabla 24. Instalaciones sanitarias.....	58
Tabla 25. Requisitos relativos a los servicios.....	59
Tabla 26. Requisitos relativos a los servicios (desechos sólidos).....	60
Tabla 27. Requisitos relativos a los equipos y utensilios.....	61
Tabla 28. Requisitos relativos a la adquisición.....	62
Tabla 29. Requisitos relativos transporte, recepción y almacenamiento.....	63
Tabla 30. Requisitos relativos al puesto de comercialización.....	64

Tabla 31. Higiene del puesto de comercialización.	65
Tabla 32. Preparación preliminar.	66
Tabla 33. Preparación de alimentos.	67
Tabla 34. Protección y servicio de alimentos.	68
Tabla 35. Higiene de los manipuladores de alimentos.	69
Tabla 36. Requisitos relativos a la limpieza y desinfección.	70
Tabla 37. Requisitos relativos al control de plagas y roedores.	71
Tabla 38. Capacitaciones.	72
Tabla 39. Requisitos relativos al aseguramiento de la inocuidad.	73
Tabla 40. Género.	75
Tabla 41. Edad.	76
Tabla 42. Nacionalidad.	77
Tabla 43. Elementos tangibles.	78
Tabla 44. Fiabilidad.	79
Tabla 45. Capacidad de respuesta.	80
Tabla 46. Seguridad.	81
Tabla 47. Empatía.	82
Tabla 48. Brechas notables en las dimensiones.	83
Tabla 49. Tabla resumen de SERVQUAL.	85
Tabla 50. Jurado presente en la degustación.	88
Tabla 51. Orden de degustación.	89
Tabla 52. Análisis sensorial del jugo de guanabana.	90
Tabla 53. Análisis sensorial del come y bebe.	91
Tabla 54. Análisis sensorial del batido levata muerto.	92
Tabla 55. Análisis sensorial del Chaguarmishqui.	93
Tabla 56. Análisis sensorial del caldo de pata.	94
Tabla 57. Análisis sensorial del caldo de gallina.	95
Tabla 58. Análisis sensorial de las tortillas con hornado.	96
Tabla 59. Análisis sensorial de los tamales.	97
Tabla 60. Análisis sensorial de la morcilla.	98
Tabla 61. Análisis sensorial el mote con chicharrón.	99

Tabla 62. Condiciones de SI y NO.....	104
Tabla 63. Servqual en variables SI y No.....	104
Tabla 64. Tabla resumen del método Servqual con variables SI y NO.....	106
Tabla 65. Condición SI y NO.....	107
Tabla 66. Ficha de evaluación con condición SI y NO.....	107
Tabla 67. Tabla resumen de la ficha de evaluación.....	110
Tabla 68. Valores observados.	110
Tabla 69. Valores esperados.	111
Tabla 70. Valor del chi- cuadrado calculado.	112
Tabla 71. Objetivos y estrategias de la propuesta.	120
Tabla 72. Objetivos, estrategias y tareas.....	122
Tabla 73. Propuesta: plan de acción.....	125
Tabla 74. Significado de los colores.	127
Tabla 75. Visión.	133
Tabla 76. Agenda de la reunión.	138
Tabla 77. Agenda de la capacitación de atención al cliente.	139
Tabla 78. Costos de las capacitaciones.....	141
Tabla 79. Costos para realizar los buzones de sugerencias.....	145
Tabla 80. Presupuesto de la feria.	149
Tabla 81. Agenda de la socialización.....	151
Tabla 82. Presupuesto.....	152
Tabla 83. Cronograma.	154
Tabla 84. Representación gráfica del cronograma.	156
Tabla 85. Itinerario de la socialización.	157

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Árbol de problemas.	xxii
Figura 2. Alfarería de la Victoria.	31
Figura 3. Pintura y artesanías de Tigua	32
Figura 4. Laguna de Quilotoa	32
Figura 5. Feria de Zumbahua	33
Figura 6. Plaza Sucre-Pujilí	36
Figura 7. Mercado central de Pujilí	38
Figura 8. Requisitos de la infraestructura	55
Figura 9. Área y estructura interna	56
Figura 10. Iluminación y ventilación	57
Figura 11. Instalaciones sanitarias	58
Figura 12. Requisitos relativos a los servicios	59
Figura 13. Requisitos relativos a los servicios (desechos sólidos)	60
Figura 14. Requisitos relativos a los equipos y utensillos	61
Figura 15. Requisitos relativos a la adquisición, comercialización	62
Figura 16. Requisitos relativos transporte, recepción y almacenamiento	63
Figura 17. Requisitos relativos al puesto de comercialización	64
Figura 18. Higiene del puesto de comercialización	65
Figura 19. Preparación preliminar	66
Figura 20. Preparación de alimentos	67
Figura 21. Protección y servicio de alimentos	68
Figura 22. Higiene de los manipuladores de alimentos	69
Figura 23. Requisitos relativos a la limpieza y desinfección	70
Figura 24. Requisitos relativos al control de plagas y roedores	71
Figura 25. Capacitaciones	72
Figura 26. Requisitos relativos al aseguramiento de la inocuidad	73
Figura 27. Género	75
Figura 28. Edad	76
Figura 29. Nacionalidad	77
Figura 30. Elementos tangibles	78

Figura 31. Fiabilidad	79
Figura 32. Capacidad de respuesta	80
Figura 33. Seguridad	81
Figura 34. Empatía	82
Figura 35. Brechas notables en las dimensiones	83
Figura 36. Análisis sensorial jugo de guanabana	90
Figura 37. Análisis sensorial del come y bebe	91
Figura 38. Análisis sensorial del batido levanta muertos	92
Figura 39. Análisis sensorial del Chaguarmishqui	93
Figura 40. Análisis sensorial del caldo de pata	94
Figura 41. Análisis sensorial del caldo de gallina	95
Figura42. Análisis sensorial de las tortillas con hornado	96
Figura 43. Análisis sensorial de los tamales	97
Figura 44. Análisis sensorial de la morcilla	98
Figura 45. Análisis sensorial del mote con chicharrón	99
Figura 46. Problemas de los elementos tangibles	118
Figura 47. Problemas con la fiabilidad	119
Figura 48. Fachada actual del mercado.	130
Figura 49. Buzón de material reciclado	142
Figura 50. Buzón de madera	142
Figura 51. Formato de sugerencias	144
Figura 52. Temática de la feria	146
Figura 53. Publicidad para la feria	148

RESUMEN

El objeto del presente trabajo de grado pretende fomentar el turismo gastronómico de la ciudad de Pujili, proyectando como objetivo general analizar la manipulación de alimentos con la finalidad de proponer estrategias que mejore el servicio que brindan los comerciantes de comida preparada del mercado. Para lo cual fue necesario desarrollar cuatro capítulos, los cuales se identifican a través del siguiente detalle: primer capítulo, la fundamentación teórica que sustente el tema de investigación, segundo capítulo, metodología de la investigación con la ayuda de las diferentes herramientas e instrumentos; tercer capítulo, el diseño de la propuesta para mejorar el servicio de alimentos y bebidas; finalmente socializar las estrategias, tácticas y tareas de la propuesta. Para el Diseño del plan de acción no existe un modelo a seguir pero según varios autores se adapto a la necesidad del investigador. En este sentido, la propuesta estará encaminada a consolidar la información propia de las estrategias, tácticas y tareas para mejorar el servicio en alimentos y bebidas en el mercado cerrado de la ciudad de Pujili.

PALABRAS CLAVE:

- **ALIMENTOS - MANIPULACIÓN**
- **SERVICIO DE ALIMENTOS**
- **CALIDAD DEL SERVICIO**
- **SERVQUAL**

SUMMARY

The objective of this degree work is to promote the gastronomic tourism of the city of Pujili, with the general objective of analyzing the food manipulation with the purpose of proposing strategies that improve the service offered by the merchants of prepared food of the market. For that it was necessary to develop four chapters, which are identified through the following detail: first chapter, the theoretical foundation that supports the research topic, second chapter, research methodology with the help of different tools and instruments; Third chapter, the design of the proposal to improve the food and beverage service; Finally socialize the strategies, tactics and tasks of the proposal. For the design of the action plan there is no model to follow but according to several authors adapted to the need of the researcher. In this sense, the proposal will be aimed at consolidating the information proper to the strategies, tactics and tasks to improve the service in food and beverages in the closed market of the city of Pujili.

KEYWORDS:

- **FOOD – HANDLING**
- **FOOD SERVICE**
- **QUALITY OF SERVICE**
- **SERVQUAL**

ANTECEDENTES

Tomando en cuenta las definiciones de los autores Gallego,M (2010); (Codex Alimentarius Rev.4, 2003) se determina que la manipulación de alimentos es la actividad en la que intervienen aspectos como la preparación, fabricación, transformación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte, distribución, manejo, venta, suministro o servicio de productos alimenticios destinados al consumidor. Se ha investigado temas relacionados, los mismos que se redactan a continuación:

Es importante mencionar que dentro de estos parámetros interviene el ente regulador la Organización Mundial de Salud, la cual emite un reglamento para la persona que manipula los productos que ayuda en la prevención de enfermedades de transmisión alimentaria producida por un deficiente conocimiento; se las conoce como: “Las Diez reglas de Oro de la OMS” para la preparación higiénica de los alimentos.

- 1.- Por seguridad, elegir alimentos procesados.
- 2.- Cocer bien la comida.
- 3.- Consumir los alimentos cocinados inmediatamente.
- 4.- Guardar cuidadosamente los alimentos cocidos.
- 5.- Recalentar bien los alimentos cocidos.
- 6.- Evitar el contacto entre los alimentos crudos y cocidos.
- 7.- Lavarse las manos a menudo.
- 8.- Mantener escrupulosamente limpias las superficies de la cocina.
- 9.- Protege los alimentos de los insectos, roedores y otros animales.
- 10.- Utilizar solamente agua potable.

Cháves, P. (2010). Menciona en la tesis “Condiciones higiénico sanitarias de los comedores públicos del mercado municipal Bellavista de la ciudad de Guaranda, provincia de Bolívar”. Propuesta de un programa educativo. La investigación es de gran ayuda porque permitirá diferenciar que no existe el cuidado necesario al momento de la recepción de mercadería ya que los alimentos son ubicados en el piso y mezclados unos con otros, al momento de la transportación, las preparaciones se encuentran por largos periodos en las temperaturas de peligro, las frutas, vegetales y demás no son lavados antes de utilizarlos muchas de las veces son manipulados con las manos sucias y directamente servidos a la mesa del comensal, provocando una contaminación a la que no toman importancia con la cual están causando un perjuicio sin saberlo para las personas que lleguen a consumir estos alimentos preparados ocasionando daños a la salud.

Villagómez, G. (2011). En su tema de tesis “Propuesta de mejoramiento para la seguridad alimentaria en los restaurantes de la ciudad de Otavalo”, la presente investigación se realizó con el rigor científico del caso y al estar enmarcada en un tipo de investigación acción, lo que pretendía fue solucionar el problema de la falta de Seguridad Alimentaria en los Restaurantes.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El mercado cerrado de la ciudad de Pujilí se encuentra ubicado entre las calles Vicente Rocafuerte y Belisario Quevedo, en pleno centro de la ciudad, el mencionado mercado consta de una planta, la misma que se divide en varias secciones, entre las más importantes que mencionó el Inspector Dr. José Luis Chipugsi en una entrevista realizada, son las siguientes:

- Patio de comidas
- Cárnicos
- Legumbres
- Frutas
- Víveres y abarrotes
- Plásticos, entre otros.

De las secciones antes mencionadas, el patio de comidas se destaca por que cada estación de trabajo cuenta con los implementos necesarios para el expendio, preparación y aseo; sin embargo, como es frecuente en los mercados locales los procesos de cocina y el servicio de alimentos y bebidas no es el adecuado debido a que los comerciantes no ponen en práctica ciertos aspectos importantes a la hora de proporcionar alimentos de calidad.

La calidad en los alimentos es el conjunto de cualidades que hacen aceptables los alimentos a los consumidores, dentro del mercado existe una oferta gastronómica variada, rapidez en el servicio y precio accesible; pero como se mencionó anteriormente los procesos dentro de la cocina no son los adecuados, ya que se observa que la manipulación de alimentos es deficiente.

Dentro de los efectos que ocasiona una mala manipulación de alimentos el principal de ellos son las enfermedades de transmisión alimentaria (ETAS), algunas de estas transferidas inmediatamente como (diarrea, infección intestinal) y otras con el transcurso del tiempo al desarrollarse en el organismo, tales como (triquinosis y salmonelosis), así lo menciona el Dr. Mario López, Director del Hospital Rafael Ruiz de la ciudad de Pujilí, señala además que aproximadamente cada mes llegan siete personas con síntomas como diarrea, dolor estomacal y vómito; los mismos que son diagnosticados como infecciones por haber consumido alimentos en mal estado. Dentro de las personas atendidas se reportan principalmente personas locales, a pesar de ser un mercado turístico, la presencia de turistas extranjeros en los patios de comida es casi nula debido a q su régimen alimentario en este sentido es cauteloso, por ende no se alimentan en cualquier lugar.

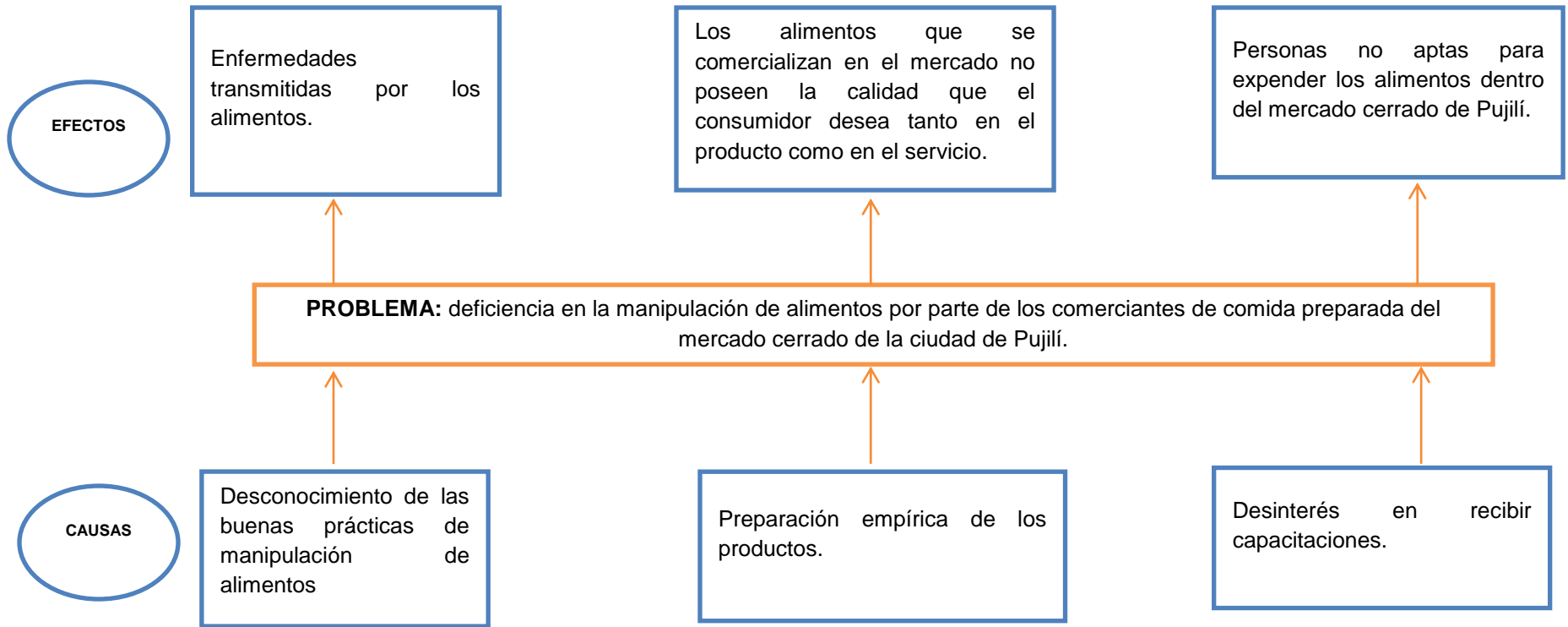


Figura 1. Árbol de problemas.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

En el mercado de la ciudad de Pujilí, existe deficiencia en la manipulación de alimentos por parte de los comerciantes de comida preparada, ya que no toman en cuenta las buenas prácticas de manufactura al momento de la preparación, expendio, aseo, servicio y venta de sus alimentos.

¿Cómo la manipulación de los alimentos por parte de los comerciantes de comida preparada influye en la calidad del servicio de alimentos y bebidas del mercado cerrado de Pujilí?

JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

Ecuador conocido por su gran diversidad cultural entre los que se encuentran los aborígenes quienes iniciaron con los mercados que hasta la actualidad existen, por lo general los mismos funcionan los fines de semana o en los días feriados; donde intercambian sus productos por dinero y así se generan las actividades comerciales (Feed, 2016).

La provincia de Cotopaxi se ubica en el centro norte de la cordillera de los Andes, su territorio estuvo habitado por diversas parcialidades indígenas que entraron por olas migratorias y fueron quienes dejaron el legado como lugares de trueque.

Cuenta con siete cantones en cada uno de ellos al menos existe un mercado que es el punto de referencia comercial y donde se puede sociabilizar e intercambiar emociones en cada actividad que se realiza, considerado el más importante Pujilí por la gran afluencia de turistas nacionales e internacionales ya sea por visitar atractivos naturales como el Quilotoa o culturales como las pinturas de Tigua y las plazas donde se realizan las diferentes actividades.

La ciudad de Pujilí la “tierra del danzante” es una de las poblaciones más antiguas de la provincia y cada 14 de octubre celebra sus fiestas de cantonización; es conocida por su cerámica y en una de sus parroquias, La Victoria se puede ver como se fabrican las artesanías de barro y tejas que luego

son llevadas a todas partes del país. Además este cantón es llamado el 'emporio musical' debido a la presencia de artistas y músicos que se han destacado alrededor del mundo llevando la música local y nacional, uno de sus atractivos culturales son sus mercados donde se desarrollan las actividades comerciales, como la compra y venta de animales, abarrotes, granos secos o/y tiernos, peleas de gallos, es considerado turístico por la gran afluencia de turistas nacionales y extranjeros que llegan para conocer la forma de interactuar del pujilense; la gastronomía es parte fundamental de estas tareas, ya que se puede divisar un abanico culinario tradicional satisfactorio para todas las personas que se acercan al mercado.

A criterio de (Pazos, 2008), los mercados, plazas y ventas ambulantes son lugares donde se venden comida "de la calle". Por sus características y las circunstancias en las que se expende, se trata de una comida dirigida al público marginal. La venta está a cargo de señoras que lleva un canasto o balde, según el preparado y ofrecen el producto en las esquinas de las calles, en raciones que se introducen en fundas o tarinas, o se envuelven en trozos de papel periódico; se venden así los chochos con ají y agrio, las papas con fritada menudo o papas a la otavaleña, entre otras.

Según (Capel, 2011) las personas que acuden al mercado van por comprar otras cosas pero da la casualidad que también existe comida, ya que poseen grandes superficies con su arrolladora oferta de alimentos. Que el asunto está cambiando es evidente, lo que nadie habría pronosticado hace años son las razones que iban a revolver la tendencia que hoy por hoy se vive. Por cuanto es importante mantener una buena imagen en el servicio y en los procesos que se realizan dentro de la cocina, para mantener la satisfacción al cien por ciento de los turistas nacionales y extranjeros que se acerquen.

El presente trabajo contribuirá con la mejora integral del servicio de alimentos y bebidas, tomando en cuenta que los mercados son un punto de encuentro importante, ya que varias personas acuden a realizar las actividades pertinentes. Consecuentemente en la parte social ayudará a fortalecer las

capacidades de los comerciantes por cuanto la calidad de sus productos mejorará y tendrá más acogida por los comensales; todos los factores anteriormente mencionados fortalecerán la economía de las familias de las socias y socios que conforman el patio de comidas y el mercado estará en una buena reputación por el interés en mantener todo acorde pide la ley.

Conjuntamente con las actividades que realiza el Municipio como el levantamiento del catastro de la ciudad, inspeccionar a los establecimientos que mantengan calidad en el servicio que brindan, esto generará que Pujilí se dé a notar que está preocupado en mantener una buena imagen sea en los establecimientos privados como en los públicos, en este caso el mercado básicamente refleja el alma culinaria de una localidad la manipulación de alimentos hoy por hoy es un factor clave del desarrollo productivo, este proceso es una cadena de incidencias y momentos, desde como el producto se cosecha hasta cuando se transforma en una receta. En este sentido el mercado, primero es una ofertante de servicios y segundo es un eslabón en el desarrollo culinario de una ciudad bien capacitada y con identidad, refleja una tradición propia en cualquier núcleo urbano del mundo.

Ahora la manipulación de alimentos, como los procesos que aseguran la inocuidad de los productos ya no es una opción, por el contrario es una obligación de cualquier ofertante de alimentos y bebidas. Con esta premisa, las BPM (buenas prácticas de manufactura) son esenciales para hablar de desarrollo culinario. Afectan directamente, porque un establecimiento limpio, seguro sanitariamente y responsable nutricionalmente, hablan de una urbe preocupada por el desarrollo turístico. Por el contrario, una feria con puestos no aptos para la venta de alimentos y bebidas, sucios, con agentes contaminantes visibles, sin extracción de olores, personal no capacitado en BPM (como el nuestro) afecta directamente al ciudadano y al turista.

Por esta razón es el compromiso de fomentar una buena cultura al momento de cocinar para proporcionar una nueva imagen y lograr que el turista extranjero sea parte del mercado, ya que ellos solo se acercan al lugar a ver

como es la interacción entre las personas y no a consumir por la percepción que tienen que no es un buen sitio para alimentarse.

OBJETIVOS

GENERAL

- Analizar la manipulación de alimentos con la finalidad de proponer estrategias que mejore el servicio que brindan los comerciantes de comida preparada del mercado de Pujilí.

ESPECÍFICOS

- Realizar la fundamentación teórica que sustente el tema de investigación.
- Desarrollar la metodología de investigación, con la ayuda de las diferentes herramientas e instrumentos.
- Diseñar un plan de acción para el mejoramiento del servicio de alimentos y bebidas en el mercado de Pujilí.
- Socializar las estrategias, tácticas y acciones, con el fin de dar a conocer el trabajo de investigación.

HIPÓTESIS

- ¿Cómo la manipulación de alimentos por parte de los comerciantes de comida preparada del mercado de Pujilí, influye en la calidad del servicio de alimentos y bebidas?

Tabla 1.
Cuadro de Operacionalización de variables.

HIPOTESIS: ¿Cómo la manipulación de alimentos por parte de los comerciantes de comida preparada del mercado cerrado del cantón Pujilí, influye en la calidad del servicio de alimentos y bebidas?					
VARIABLE	DEFINICIÓN	CATEGORIA	DIMENSIÓN	INDICADOR	MÉTODOS E INSTRUMENTOS
Manipulación de alimentos	Son todos los procesos que se realizan desde que se compra la materia prima hasta entregar con el producto terminado. Gallego (2010)	Buenas prácticas de manufactura	Construcciones de las instalaciones Instalaciones sanitarias Equipos y utensilios	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación • Vías de acceso • Diseño del interior y materiales • Servicios higiénicos del personal y del público • Vestuario para el personal • Punto de lavado de manos • Zona de lavado de equipos y utensilios de limpieza • Características de los equipos y utensilios • Lavado y desinfección de los equipos y utensilios. • Lavado y desinfección de equipos estacionarios • Lavado y desinfección de vajilla, cubiertos y vasos • Almacenamiento de equipos y utensilios • Mantelería. 	<p>Métodos investigativos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas • Fichas de observación • Observación de campo <p>Fuentes secundarias como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manuales de manipulación de alimentos como:

CONTINÚA →

			Facilidades sanitarias	<ul style="list-style-type: none">• Abastecimiento y calidad del agua• Evacuación de aguas residuales• Manejo y disposición de manejos residuales	
			Higiene personal	<ul style="list-style-type: none">• Estado de salud• Higiene y comportamiento• Práctica de higiene de las manos• Cuidado de las manos• Uso de guantes• Uso de uniforme de trabajo apropiado• Malos hábitos que se deben evitar• Buenos hábitos para practicar	
			Control de operaciones	<ul style="list-style-type: none">• Control de las materias primas desde su origen• Recepción y control de los alimentos• Almacenamiento de los alimentos: cocinados, en el refrigerador, en el congelador y en seco.• Preparación de alimentos: cocina, comedor, control de tiempos y temperaturas, preparación previa, descongelación, preparación del menú	

CONTINÚA →

			<p>Servicio de alimentos</p> <p>Servido de comidas</p> <p>Estrategias del control de plagas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reglas generales para el mantenimiento de comidas • Mantenimiento de comidas calientes y frías • Recalentamiento de alimentos • Prevención de la contaminación cruzada • Manipulación de vajilla y utensillos • Como servir las comidas • Modalidades de servicio • Medidas de protección para el ingreso de plagas en el local • Estrategias de control para moscas • Estrategias de control para roedores • Estrategias de control para aves • Estrategias de control para cucarachas 	
--	--	--	---	--	--

CONTINÚA →

<p>Calidad del servicio de alimentos y bebidas.</p>	<p>Es el resultado de la interacción de dos dimensiones: dimensión subjetiva (lo que el cliente quiere) y dimensión objetiva (lo que se ofrece)</p>	<p>Calidad en los alimentos</p>	<p>Evaluación sensorial</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Color • Olor • Sabor • Gusto • Temperatura 	<p>Métodos investigativos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Focus Group
		<p>Calidad del servicio</p>	<p>Servqual</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Elementos tangibles • Fiabilidad • Capacidad de respuesta • Seguridad • Empatía 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas

CAPÍTULO I

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

En el presente capítulo se desarrollará la fundamentación teórica que sustentará el tema de investigación, en este sentido, se estudiará en primer lugar la manipulación de alimentos y posteriormente la calidad del servicio en alimentos y bebidas, estos conceptos serán analizados desde la perspectiva de varios autores y normas especializadas en el tema. Entre los que se destacan un manual que ha sido elaborado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) sobre la base de la Norma Sanitaria para el Funcionamiento de Restaurantes y Servicios afines, aprobada por Resolución Ministerial N° 363-2005-MINSA, que establece disposiciones para asegurar la calidad sanitaria e inocuidad de los alimentos y bebidas de consumo humano, en la página Consumoteca- consumidores bien informados donde Eva aporta con sus conocimientos, ayuda a definir correctamente lo que se debe hacer al manipular alimentos, la Organización Panamericana de la Salud (OPS), es la organización internacional especializada en salud pública de las Américas, trabaja cada día con los países de la región para mejorar y proteger la salud de la población, cabe recalcar que son bases académicas aprobadas; sin embargo se ha considerado documentos que están en proceso de aprobación y legalización, el primero de ellos es la ordenanza nueva de plazas y del mercado central del Cantón Salcedo y la segunda es la norma NTE INEN 3039 que hace referencia a servicios de restauración- Buenas prácticas de manufactura finalmente las normas aprobadas y en vigencia una de ellas NTE INEN 2687:2013 referente a mercados saludables y la resolución ARCSA-DE-057-2015-GGG.

1.1 Manipulación de alimentos.

Según El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú– MINCETUR, (2008), son todas las operaciones que se aplican durante la cadena alimentaria; mientras tanto (Eva, 2009), considera que son todas las actividades como la preparación, fabricación, transformación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte, distribución, manipulación, venta, suministro o servicio de productos alimenticios destinados al consumidor; asimismo, para la Organización Panamericana de la Salud (OPS), es un acto que sin importar el oficio, todos realizan a diario, sea como profesionales de la gastronomía, como amas de casa o como expendedores; en la norma Inen de mercados saludables hace referencia a las buenas prácticas de manufactura, son principios básicos y prácticas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado, almacenamiento y servicio de alimentos para consumo humano, con el objeto de garantizar que los alimentos en todas las etapas, hasta el consumo se manipulen en condiciones sanitarias adecuadas y se disminuyan los riesgos para la salud de los consumidores y para el Arcsa son todas las operaciones realizadas por el manipulador de alimentos como recepción de ingredientes, selección, elaboración, preparación, cocción, presentación, envasado, almacenamiento, transporte, distribución, servicio, comercialización y consumo de alimentos y bebidas.

De los autores y documentos anteriormente mencionados, se consideran aquellas fuentes confiables y legalmente aprobadas como: Mincetur, la norma Inen para mercados saludables y la Resolución ARCSA-DE-057-2015-GGG estas otorgan puntos específicos, al momento de trabajar dentro de los patios de comida o lugares donde se expende alimentos. En este sentido explican de manera detalla los procesos que se llevan a cabo en la manipulación de alimentos, por esta razón que se ha determinado apoyarnos en estas bibliografías.

1.1.1 Instalaciones, de acuerdo al Mincetur se requiere de construcción sólida y habilitada de acuerdo con la legislación vigente. Los materiales usados en la construcción y el mantenimiento no deben transmitir ninguna sustancia al alimento, se considera

- a) Ubicación, estar ubicado en lugares que se encuentren libres de peligros de contaminación tales como plagas, humos, polvo, olores pestilentes o similares; asimismo, no debe haber sido utilizado como depósito de basura, cementerio o expuesto a inundaciones, lo cual recalca la norma Inen, el mercado debe estar alejado de fuentes de contaminación que representen riesgo para la inocuidad de los alimentos.
- b) Vías de acceso, son todos los parámetros que facilitan la circulación de los clientes y del personal de servicio.
- c) Diseño interior de materiales, los materiales que se empleen deben ser resistentes a la corrosión y lisos, de tal forma que faciliten la limpieza y la desinfección de los ambientes, de igual forma resalta la norma Inen que los pisos, paredes y techos de un mercado deben ser construidos con materiales impermeables y que permitan facilidad en la limpieza.
- d) La ventilación, por el hecho de estar en el mercado al aire libre existe una circulación constate de aire que mantendrá los alimentos frescos siempre y cuidando que estén cubiertos de los factores contaminantes.
- e) En la iluminación, las luminarias deben ser diseñadas de tal manera que no afecten negativamente la higiene de los alimentos ni alteren los colores.

1.1.2 Instalaciones Sanitarias, Arcsa menciona que estarán ubicadas de tal manera que mantengan independencia de las otras áreas de la planta, sin tener contacto directo con las áreas de proceso y la norma Inen de mercados saludables menciona, debe contar con instalaciones sanitarias como servicios higiénicos, duchas y vestidores dotados de facilidades higiénicas, en cantidad suficiente e independiente para hombres y mujeres.

- a) Servicios Higiénicos, a cierta distancia del patio de comidas, estos deben contar con servicios, debidamente señalizados, en buen estado de conservación y equipados con materiales que faciliten su limpieza y desinfección en cantidad y tamaño adecuado al volumen de trabajadores y clientes, la norma Inen resalta deben mantenerse permanentemente limpios, ventilados y con una provisión suficiente de agua e insumos de higiene personal (papel higiénico, jabón líquido, gel desinfectante, toallas desechables o secadores eléctricos)
- b) El lavamanos, debe estar provisto de dispensadores con jabón líquido y toallas desechables para secarse las manos o secadores automáticos de aire, si existiera el presupuesto, se recomienda evitar el uso de litos o trapos de cocina, para secarse las manos
- c) Para la limpieza de los utensillos, importante contar con espacios adecuados para la desinfección, lavado y mantenimiento de los mismos.

1.1.3 Equipos y utensillos, situados y diseñados de manera que sean fáciles de limpiar, desinfectar y mantener según la actividad que se realice.

- a) Características de los equipos y utensillos, deben ser de acero inoxidable, no poroso, que no transmitan sustancias tóxicas, olores, ni sabores a los alimentos; para los patios de comida se recomienda usar utensillos con las características antes mencionadas, la norma Inen resalta no utilizar materiales que no puedan limpiarse y desinfectarse.
- b) Lavado y desinfección, limpiar, lavar y desinfectar después de cada uso, todos los equipos y superficies en contacto.
- c) Los equipos estacionarios como (nevera, cocinas, tostadora, entre otras), de existir la posibilidad de tenerlos dentro del puesto se deben desinfectar tomando en cuenta:
 - Apagar y desenchufar antes de limpiarlos
 - Quitar el resto de alimentos y la suciedad que está debajo
 - Cuando se laven partes cortantes, deberá colocarlos en forma opuesta a usted para limpiar

- Utilizar toallas desechables
- d) Reglas para lavar y desinfectar vajilla, cubiertos y vasos:
- Retirar los residuos de comida
 - Utilizar agua potable corriente sea fría o caliente utilizando las esponjas no metálicas
 - Desinfectar con cualquier producto autorizado
 - Enjuagar con agua potable corriente
 - Secar la vajilla por escurrimiento al medio ambiente
- e) Para almacenar los equipos y los utensilios, deben estar completamente limpios y desinfectados:
- Guardar en un lugar cerrado, protegido del polvo e insectos.
 - Los vasos, copas y tazas deben guardarse colocándolos hacia abajo.
 - Los equipos y utensilios, limpios y desinfectados deben guardarse en un lugar aseado, seco a no menos de 20cm del piso, alejados de drenajes de aguas residuales o recipientes de residuos
 - Los equipos que tienen contacto con las comidas y que no van a utilizarse inmediatamente deben cubrirse
 - Se debe limpiar y desinfectar los cajones y/o estantes antes de almacenar los cubiertos y utensilios.

Las capacitaciones para el personal son necesarias e indispensables para un establecimiento, implementar un programa de limpieza y desinfección en el cual incluya todos los procesos para llegar a una buena desinfección:

- Que se debe limpiar
- Con que se debe limpiar
- Cuando se debe limpiar
- Como se debe limpiar
- Quien debe supervisar el programa
- Verificación del programa de limpieza y desinfección

1.1.4 Abastecimiento de agua, disponer de un abastecimiento suficiente y continuo de agua potable

- a) Agua potable, contar con servicio de agua potable de la red pública.

- b) Aguas residuales, contar con un sistema de drenaje adecuado.
- c) Hielo, el hielo que se consuma debe ser fabricado con agua potable y se debe transportar, manipular y almacenar de modo que esté protegido contra una posible contaminación.






1.1.5 Evacuación de efluentes y desechos, disponer de un sistema eficaz de evacuación de efluentes. Todos los conductos de evacuación se deben construir de manera que se evite la contaminación con la distribución de agua potable, mientras tanto para desechos sólidos, contar con recipientes adecuados preferiblemente de plástico.

1.1.6 Higiene personal, es el conjunto de medidas preventivas y principios básicos necesarios para garantizar la inocuidad y calidad de los alimentos en cualquier etapa de su manejo, incluida su distribución, transporte y comercialización, el Arcsa emite otro criterio, es la aplicación de todas las condiciones y medidas necesarias para asegurar la inocuidad y la aptitud de los alimentos en todas las fases de la cadena alimentaria; así como mantener una imagen externa impecable para dar una buena impresión al público:

- a) El estado de salud de los empleados y la higiene durante el proceso, manipuladores enfermos o portadores de infecciones no deben trabajar en áreas de preparación.
- b) La higiene de los manipuladores se debe mantener impecable, es necesario:
 - Ducharse antes del trabajo
 - Cabello limpio y corto en el caso de los hombres y en las mujeres si tiene largo recogido con una malla.
- c) Práctica de higiene en las manos, es la manera más eficaz de controlar la contaminación.
 - Aplicar el procedimiento apropiado para el lavado de manos.

Los encargados de manipular los alimentos deben tener en cuenta que solo con tocarse el cabello ya contaminan los productos, es importante considerar un proceso correcto de lavado de manos:

Tabla 2.
Proceso correcto del lavado de manos.

Práctica	Gráfico
Usar agua corriente caliente y fría	
Mojarse las manos y enjabónelas. Usar cepillo para uñas	
Frotarse las manos durante 20 segundos	
Enjuagarse bien las manos	
Secarse las manos con toallas desechables o secador	

Fuente: Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA, 2016)

Se debe lavar las manos después de:

- Tocar comidas crudas
- Utilizar los servicios higiénicos
- Cubrirse con las manos para estornudar y toser
- Comer, fumar, beber
- Levantar platos sucios y limpiar mesas
- Barrer y trapear el piso
- Coger dinero
- Tocar ropa o el delantal
- Frotarse cualquier parte del cuerpo

- Tocarse el cabello con los dedos
 - Coger cualquier cosa que contamine los alimentos.
- d) El cuidado de las manos, es importante ya que las uñas largas son difíciles de limpiar y tienen más posibilidades de albergar bacterias que contaminan a los alimentos, por esta razón es recomendable tenerlas limpias, cortas y sin esmalte.
- e) El uso de guantes, reduce la posibilidad que se proliferen las bacterias en los alimentos que se manipula.
- f) El uso del uniforme, llevarlo limpio y completo (delantal, malla o cofia que cubra completamente la cabeza y la chaqueta):
- El uniforme se debe colocar en el trabajo
 - Cambiarse de ropa cada día
 - La indumentaria de cocina debe ser blanca para ver su limpieza nítida
 - Utilizar un color que los identifique del resto de vendedoras
 - La persona que ingrese a la zona de manipulación de alimentos debe llevar ropa protectora (mandil, gorra o cofia, calzado de trabajo)
 - Llevar un delantal de plástico por si hacen tareas como lavar platos u ollas, etc.
- g) Buenos y malos hábitos
- Evitar:
 - Fumar, comer, beber, masticar chicles o escupir en aéreas de preparación
 - Toser, estornudar sobre los alimentos
 - Tener uñas largas o con esmalte
 - Manipular los alimentos con las manos sin utilizar guantes
 - Utilizar anillos, pulseras, esclavas, relojes, entre otros
 - Manejar la ropa como secador los platos.
 - Practicar:
 - Lavar y desinfectar los utensillos y áreas antes de utilizar
 - Lavar y desinfectar vajilla antes de servir
 - Mantener la higiene y el orden en la cocina y alrededor

- Lavarse las manos antes de preparar los alimentos.

Las capacitaciones sanitarias, son importantes porque las vendedoras deben estar entrenadas en las buenas prácticas de manipulación a fin de crear una cultura de salubridad en la comida de los mercados. La administración de los mercados y restaurantes son los responsables de capacitar a los empleados u socios.

1.1.6 **Buenas prácticas de manufactura (BPM)**, principios básicos y prácticas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado, almacenamiento y servicio de alimentos para consumo humano, con el objeto de garantizar que los alimentos en todas las etapas, hasta el consumo se manipulen en condiciones sanitarias adecuadas y se disminuyan los riesgos para la salud de los consumidores, el Arcsa está en desacuerdo y lo denomina control de las operaciones, son las operaciones destinadas a reducir la contaminación microbiana y a preservar los alimentos.

- a) La recepción y control, para mantener libres de adulteración, pudrimiento, suciedad u otra contaminación para ser aptos para el consumo humano, sin embargo Mincetur menciona, comprar a proveedores con alta reputación, la siguiente tabla para rechazar o aceptar los productos:

Tabla 3.**Criterios para rechazar y recibir los productos.**

Producto	Temperatura a recibir	Buenas condiciones	Malas condiciones	Observación
Pescado	Debe recibirse entre 0° C y 5° C.	Color: Rojo brillante. Olor: Agradable y ligero. Ojos: Claro, brillantes y llenos. Textura: Firme, rígida.	Color: Agallas oscuras, grisáceo, opaco. Olor: Fuerte olor a amoníaco. Ojos: Opacos Textura: Piel suave.	El pescado fresco debe almacenarse con hielo picado y mantenerse sin agua.
Mariscos	Recibirse entre 0° C y 5° C las almejas, mejillones y ostiones.	Olor: A mar, agradable, ligero. Conchas: Cerradas y sin quebrar.	Olor: Fuerte olor Conchas: Abiertas y quebradas. Textura: Delgada, pegajosa	Si están frescos se recibirán vivos.
Crustáceos	Debe recibirse entre 0° C y 5° C.	Olor: A mar, agradable y ligero. Conchas: Duras y pesadas en las langostas y en los cangrejos.	Olor: Fuerte olor como a pescado. Conchas: Suaves.	Cuando llegan muertas, la langosta no enrosca la cola
Carne	Debe recibirse entre 0° C y 5° C.	Color: Rojo cereza brillante. Color del cordero: Rojo claro, color del cerdo: Rosado claro. Textura: Firme	Color: Café, verde Textura: pegajosa, mohosa. Empaque: Envolturas sucias, rotas. Olor: Agrio, fétido.	Verificar los sellos de calidad en las carnes.
Aves	Debe recibirse entre 0° C y 5° C.	Textura: Firme, cuando se toca vuelve a su posición original. Olor: Ninguno.	Color: Púrpura o verdoso Textura: Pegajosa. Olor: desagradable.	
Huevos	Debe recibirse y mantenerse entre 0° C y 5° C.	Olor: Ninguno. Cascarones: Firmes, limpios.	Olor: Anormal. Cascarones: Sucios, se quiebran fácilmente.	Sólo se debe comprar a proveedores aprobados.
Productos lácteos	Recibirse y mantenerse entre 0° C y 5° C.	Leche: Sabor dulce. Mantequilla: Sabor salado, color uniforme. Textura: Firme.	Leche: Agria, amarga. Mantequilla: Agria, amarga, color desigual. Textura: Suave.	Es recomendable comprar productos pasteurizados.

CONTINÚA →

		Queso: Sabor típico	Queso: Sabor agrio.	
Frutas y vegetales frescos	Mantener refrigeradas a una temperatura de 7° C a 12° C	Apariencia: Ausencia de manchas. Color: Uniforme. Textura: Firme.	Apariencia: Presencia de manchas. Color: Desigual. Textura: Blanda, flácida	Los productos que no requieren refrigeración son las manzanas, peras, bananas, paltas, frutas cítricas, cebollas y papas.
Alimentos enlatados	Temperatura ambiente	Apariencia: La lata y el sellado están en buenas condiciones.	Apariencia: Abolladuras, falta de etiquetas, extremos inflados, sellado defectuoso.	Eliminar si el envasado contiene espuma.
Alimentos procesados refrigerados	Se deben recibir a una temperatura menor de 5° C o más fríos.	Apariencia: Empaque intacto y en buena condición.	Apariencia: Paquetes rotos o con fecha vencida.	Alimentos precocidos, precortados, refrigerados, frutas, vegetales frescos cortados.
Alimentos procesados congelados	Se deben recibir congelados a -18° C.	Apariencia: Empaque intacto y en buena condición.	Apariencia: Presencia de líquidos congelados al fondo del envase. Color: Anormal. Textura: Seca.	

Fuente: (Manual de buenas prácticas de manipulación de alimentos para restaurantes y servicios afines, 2008)

- b) Buenas prácticas de almacenamiento, son los principios básicos destinados a garantizar el mantenimiento de las características y propiedades de los productos, entre los que se puede mencionar:
- Almacenamiento de alimentos cocidos, cuando los productos no están completamente fríos antes de almacenarlos, deben ser colocados en bandejas poco profundas para facilitar el enfriamiento, deben ser etiquetados con fechas, para saber cual está con menos tiempo de caducidad.
 - Almacenamiento en el refrigerador, deben estar en orden, limpias, iluminadas, libres de malos olores y mohos, la temperatura se debe revisar que este entre 0 a 5 grados. Mientras tanto a criterio de (Méndez, 2008) menciona siempre tomar en cuenta la regla FIFO (lo que entra primero, sale primero) para evitar que se dañen los productos.
 - Almacenamiento en el congelador, controlar y registrar la temperatura óptima, (Méndez, 2008), recomienda el tiempo que se debería guardar en el congelador y en el refrigerador a continuación:

Tabla 4.
Período de almacenamiento.

PRODUCTO	PERÍODO DE ALMACENAMIENTO	
	REFRIGERADOR	CONGELADOR
Carne fresca Res: molida Bistecs y asados Cerdo: costillas Molido Asados	1-2 días 3-5 días 3-5 días 1-2 días 3-5 días	3-4 meses 6-12 meses 4-6 meses 3-4 meses 4-6 meses
Carne curada Embutidos Chorizo Salsa de carne	3-5 días 1-2 días 1-2 días	1-2 meses 1-2 meses 3 meses
Pescado Magro (como el bacalao) Grasoso (como el atún o salmón) Almejas y ostras	2-3 días 1-2 días 1-2 días(si están vivas)	3-6 meses Hasta 3 meses Hasta 6 meses(sin las conchas)
Pollo Entero En partes Menudo (menudencia)	1-2 días 1-2 días 1-2 días	12 meses 9 meses 3-4 meses
Productos lácteos Queso preparado o suizo Leche	3-4 meses 5 días	----- 1 mes
Huevos Frescos con cáscara Duros	3 semanas 1 semana	----- -----
Carne y vegetales Al horno sopas y guisos	3-4 días	2-3 meses

Fuente: (USDA, NY sea grant, food marketing institute).

- Almacenamiento en seco, mantenerse ventilados, la humedad y el calor son los mayores problemas, por lo tanto es recomendable que la temperatura sea entre 10° C a 21° C.
- c) Preparación de alimentos, fijarse en:
- Cocina, ayudan a mantener los alimentos inocuos, por la facilidad de limpiar y se evita la contaminación cruzada. Los espacios de la cocina deben estar distribuidos de una forma específica, claro que dentro de los patios de comida el espacio es reducido pero se debe tener todo ordenado.

- El comedor, ubicado próximo a la cocina con una distribución de mesas que permita la adecuada circulación de las personas y mantenerlos en buen estado de conservación e higiene.
- Control de tiempo y temperatura, para los expendedores de comida en los mercados es imposible que tengan la cultura de usar termómetros, entonces se debe mantener lo más seguro posible los alimentos, lo que es caliente, caliente y lo que se sirve frío, frío.
- Preparación previa, la cantidad de los alimentos debe ser de acuerdo a la capacidad de la superficie y lo que vende en el día, para evitar desperdicios, tomar en cuenta:
 - Las frutas y vegetales se debe retirar de los empaques propios y colocarlas en sus propios pozuelos previamente lavadas y desinfectadas.
 - Carnes, pescado, mariscos y vísceras, deberá estar limpia y libre de malos olores.
 - Finalmente los utensillos utilizados para cortar, trozar y filetear alimentos crudos, deben ser exclusivos para tal fin.
- Para la descongelación de alimentos se debe tomar en cuenta:
 - Descongelar la comida en el refrigerador a temperaturas de 5° C
 - Colocar en el horno microondas, sólo si se va a cocinar inmediatamente
 - Debajo de un chorro de agua corriente
- La preparación del menú
 - Cocción de alimentos, es el proceso donde se transforman los productos crudos a productos comestibles

Tabla 5.
Cocción de alimentos específicos.

Producto	Recomendaciones
Aves	Cocinar la carne completamente hasta que no sangre
Cerdo	Dorar la carne si es frita y si es cocinada hasta que no sangre para evitar la triquina
Carnes	Preparar hasta que no sangre
Huevos en cascarón, para servir de inmediato	Es mejor servirlos duros porque mueren los microorganismos, excepto a solicitud del cliente (tibios, pasados, entre otros)

Fuente: (Manual de buenas prácticas de manipulación de alimentos para restaurantes y servicios afines, 2008)

1.1.7 Servicio de alimentos, proporcionar alimentos preparados bajo estándares de calidad, mediante un servicio en un ambiente digno y confortable:

- a) Enfriamiento de comidas, cuando se acaba de preparar la comida no es recomendable guardarla al congelador ese instante hay que dejarla enfriar, para lo cual se utiliza:
 - Método de enfriamiento en una etapa, los alimentos que sobraron antes de guardarlos hay que enfriarlos.
 - Utilizar un baño de agua helada, después de dividir la comida en porciones pequeñas.
 - Agregar hielo o agua helada como ingrediente.
 - Agitar la comida para enfriarla más rápido.
- b) Reglas generales para el mantenimiento de comidas:
 - Preparar y cocinar solamente la comida que va utilizar en un periodo corto.
- c) Mantenimiento de comidas calientes, calentar la comida hasta el punto de ebullición y lo que es frío, frío.
- d) Para recalentar los alimentos, alcanzar una temperatura mínima o de preferencia que llegue a ebullición (15 segundos al fuego).
- e) Finalmente para la prevención de contaminación cruzada, la norma Inen menciona, es la transferencia de riesgos potenciales en forma directa o

indirecta desde una fuente de contaminación a un alimento, mediante equipos, utensilios, superficies de trabajo, materiales de limpieza, corrientes de aire, manos o vestimentas de personas, traslado de materiales o alimentos, de una zona sucia a una zona limpia, posibilitando la contaminación de los alimentos, sin embargo el Arcsa contradice que es la introducción involuntaria de un agente físico, biológico, químico por corrientes de aire, traslados de materiales, alimentos, circulación de personal, que pueda comprometer la higiene o inocuidad del alimento. Para evitar se debe tomar en cuenta:

- Separar los alimentos crudos de los cocinados
- Preparar las carnes, pescados y las aves crudas en áreas separadas de las frutas, legumbres y de alimentos cocinados.
- Asignar un equipo específico para cada tipo de producto
- Utilizar tablas de cortar limpias
- Limpiar y desinfectar todas las superficies de trabajo y los utensillos
- Asegurarse que los manipuladores se laven las manos antes y después de cada tarea.

1.1.8 El servicio de las comidas, es un factor muy importante, sin una buena prestación que perciba el cliente o comensal no regresa al sitio que fue atendido de mala manera y si el servicio fue excelente siempre regresará y se conseguirá la fidelización con el local, para este punto se examinará varios factores como:

- a) Manipulación de vajilla y utensillos, emplear utensillos exclusivos para cada actividad lavados y desinfectados previamente, si fuera el caso que se caigan al suelo se debe utilizar otro limpio y desinfectado. La tabla explica de mejor forma como se debe manejar correctamente la vajilla.

Tabla 6.
Manipulación de la vajilla.

Utensillos	Manejo correcto	Manejo incorrecto
Cucharas	Se debe coger por el mango	No coger por la parte donde el comensal toma los alimentos, para introducirlo a la boca
Vasos	Coger por la base	Nunca por los bordes de los vasos
Platos	Tomar por la parte de abajo sin colocar los dedos dentro del plato	No introducir los dedos en el plato
Tazas	Siempre se debe coger por la oreja	No colocar los dedos dentro de la taza

Fuente: (Manual de higiene y manipulación de alimentos, elaborado por la municipalidad de Guayaquil, 2004).

b) Si existe la posibilidad de utilizar mantelería, lavar a diario para evitar manchas y malos olores de los restos de comida que se quedan en los mismos.

1.1.9 Estrategias en el control de plagas, son un problema muy frecuente dentro de los establecimientos de comida y dentro de los mercados del país, la norma Inen considera a una plaga como organismos vivos que producen alteraciones fisiológicas y daños económicos.

a) Medidas de protección para el local contra ingreso de plagas
Para impedir el acceso a las instalaciones, revisar permanentemente que los ingresos estén en buen estado y que todas las aberturas estén cerradas, se recomienda colocar trampas permanentes en lugares de difícil acceso. Para impedir la obtención de alimentos, deben mantenerse limpias, ordenadas y desinfectadas regularmente; el Arcsa recalca que se debe tomar en cuenta:

- Barreras de protección al ingreso a las áreas de proceso y almacenamiento
- Limpieza y orden

- Inspección a la entrada y almacenamiento de materias primas
- Los locales deben mantenerse en buen estado para impedir el acceso de plagas y eliminar criaderos potenciales
- Los agujeros, desagües (drenajes) y otros lugares donde puedan tener acceso las plagas deben mantenerse cerrados con mallas
- No se permitirá animales en la planta de producción
- La basura debe ser almacenada en recipientes cerrados
- Los establecimientos y las zonas circundantes deben inspeccionarse periódicamente para detectar posibles infestaciones

b) Estrategias de control para moscas

Proteger adecuadamente los alimentos; contar con zonas de desecho alejadas y una correcta disposición de los residuos sólidos

c) Estrategias de control para cucarachas

Sellar o reparar la infraestructura dañada, evitando difícil acceso en los lugares donde se colocan alimentos.

d) Estrategias de control para hormigas

No dejar restos de comida, azúcar en los lugares de manipulación, porque es donde más se pegan.

e) Estrategias de control para roedores

Contar con finas mallas protectoras y rejillas en desagües. Mientras tanto el manual de higiene y manipulación de alimentos, elaborado por la municipalidad de Guayaquil, menciona en una tabla como combatirlas.

Tabla 7.
Plagas y formas de combatirlas.

Plaga	Características	Daños que causan	Medidas de control
Hormigas	La mayoría de ellas son omnívoras se alimentan de restos de carne y vegetales	Con su presencia estropean los alimentos	Se las elimina cuando se coloca el cebo en las partes externas
Moscas	Comen de todo y se posan en todo lado	Son responsables de casos de diarreas infantiles, cólera, hepatitis y meningitis	Los alimentos deben estar bien protegidos
Cucarachas	Viven en lugares cálidos donde hay comida y agua	Producen alergias cutáneas y respiratorias	Utilizar cremas que combine con cebos tóxicos e insecticidas especiales
Roedores	Prefieren los granos, vegetales, frutas, lácteos entre otras	Transmiten enfermedades como: Diarrea Fiebre peste bubónica Meningitis	Utilizar métodos no tóxicos sea para los humanos como para los alimentos.

Fuente: (Manual de higiene y manipulación de alimentos, elaborado por la municipalidad de Guayaquil, 2004).

Se puede deducir que las plagas son un problema serio ya que cada uno de ellos por más insignificantes que sean son portadores de enfermedades serias para el ser humano, es recomendable tener limpio todo y si existe un déficit en las construcción tener vigilancia o tapar porque es un punto a favor para los roedores para que ingresen al establecimiento.

El segundo punto es el estudio de la calidad en el servicio de alimentos y bebidas; para lo cual se toma en cuenta el criterio de autores especializados, para lograr una deducción correcta del tema.

1.2 Calidad en el Servicio de alimentos y bebidas.

Para la FAO calidad e inocuidad es el sistema de procedimientos y medidas tendientes a garantizar la inocuidad de los productos de la industria alimentaria. Asimismo (Cantu, 2001), es la actitud, comportamiento y el tiempo que dedica para atender al cliente al momento del servicio y finalmente para la norma INEN de mercados saludables es el grado en el que un conjunto de características inherentes al alimento cumple con los requisitos de inocuidad. Por lo tanto se puede sacar un criterio relevante de calidad del servicio en alimentos y bebidas,

se compone de características de los alimentos y la calidad del servicio es como percibe el usuario, los mismos que interfieren en la satisfacción completa del comprador.

1.2.1 Evaluación Sensorial, ésta depende de la estructura y la apariencia de los alimentos, cuyo proceso evaluativo inicia con la percepción visual y termina con los sabores que emite; por su parte tiene una contradicción terminológica al referirse al mismo tema bajo la denominación de características organolépticas, mismas que son las características físicas que se perciben a través de los sentidos, como sabor, textura, olor y color; por lo tanto:

- a) El color de los alimentos, contribuye considerablemente a una apreciación estética de los mismos, además de proporcionar placer, se asocia con otros atributos, como la madurez de las frutas, las cuales se juzgan por el color.
- b) Sabor, tiene tres compuestos: olor, gusto y sensaciones compuestas como "sensación bucal". Una vez que la comida pasa la "prueba visual", los órganos sensoriales nariz y boca se utilizan para obtener información adicional acerca de la calidad.
- c) Olor de un alimento, contribuye grandemente al placer de comer, al igual que la apariencia, puede ser un índice valioso de la calidad de un alimento e incluso de su buen estado y frescura.
- d) Gusto, pocas personas podrían contentarse con sólo oler la comida antes de ingerirla. Valorar la comida por su sabor, en el sentido estricto de la palabra.
- e) Temperatura, el calor y frío son sensaciones que contribuyen al sabor compuesto de una comida, estas sensaciones atestiguan sobre la importancia de la temperatura en la apreciación global del plato. Sin embargo, (Beteta, 2013) habla sobre temperatura de servicio de los platos finales, es el punto a los cuales se debe servir al comensal, para que sea agradable degustar, tomando en cuenta:

Tabla 8.**Temperatura de los alimentos.**

Alimentos	Temperatura
Cocidos	60°C.
Aves	74°C
Pescados	63°C
Carne de cerdo y res	69°C.

Fuente: (Beteta, 2013).

1.2.2.- Atención al usuario, es de suma importancia la calidad con la que se atiende al cliente; no solo tiene que ver con las preparaciones de alimentos o bebidas, sino la experiencia general que experimenta en el restaurante. Sin dejar de lado lo que acota (Cadena, 2011), que asocia la calidad con la imagen tanto de un colaborador como la del local de una empresa de alimentos y bebidas. El personal de servicio no debe limitar ningún esfuerzo ni perder de vista detalles, como el peinado, eliminación de accesorios y joyería la postura, son factores determinantes que harán una placentera experiencia del cliente.

a) Comportamiento, se enfatiza:

- Amabilidad, estado de comportamiento caritativo a otras personas; en las cuales se estudia:
 - Saludo y despedida fuerte, clara y cordial
 - Dar respuestas verdaderas y concisas
 - No pelear ni gritar o dar explicaciones fuertes
 - No tener diálogos fuertes entre compañeros de trabajo en frente de cliente

b) Actitud o también conocida como predisposición, es la inclinación del ánimo de una persona, tomar en cuenta:

- No denotar cansancio ni desinterés
- Sonreír al cliente y dar a notar que sabemos de su presencia

c) Habilidad, es la rapidez en el servicio y determinante en un establecimiento de alimentos y bebidas, en el caso de los patios de

comidas de los centros comerciales, la mayoría son franquicias que presentan preparaciones de comida rápida o servicio rápido, la velocidad no depende del tipo de preparación de los alimentos, sino de la rapidez que son elegidos y a su vez servidos con eficiencia, eficacia y efectividad.

- d) Tiempo de espera, es el espacio que el cliente da para que le sirvan los alimentos que pidió a una previa comanda, tiempo estándar 16 minutos.
- e) Tiempo para ofrecer el servicio, es lo que tarda el mesero en ofrecer el menú, para la decisión de lo que va a consumir en el restaurante, estimado de 5 minutos para vender el menú.
- f) Errores involuntarios cometidos en el servicio, son aspectos que comete el mesero al momento de servir como por ejemplo tratar al cliente como amigo, es malo porque se debe guardar la distancia adecuada y el respeto entre empleado y cliente.

1.3 Marco Legal

Seguidamente se referencian las bases legales para el correcto desempeño del presente trabajo de investigación, entre ellas primeramente se destaca la Organización Mundial de la Salud- OMS (2012), como organismo rector de la salud en el mundo, este ha resumido en 10 puntos las normas básicas de higiene y manipulación de los alimentos, conocidas como las diez reglas de oro, a fin de preservar la salud:

- Elegir alimentos procesados.
- Cocer bien la comida.
- Consumir los alimentos cocinados inmediatamente.
- Guardar cuidadosamente los alimentos cocidos.
- Recalentar bien los alimentos cocidos.
- Evitar el contacto entre los alimentos crudos y cocidos.
- Lavarse las manos a menudo.
- Mantener limpias las superficies de la cocina.
- Proteger los alimentos de los insectos, roedores y otros animales.

- Utilizar solamente agua potable.

La Organización de las Naciones para la Agricultura y la Alimentación en conjunto con la Organización Mundial de la Salud desarrollaron el Codex Alimentarius, que es un "Código de Prácticas Internacionales Recomendadas en Principios Generales de Higiene de los alimentos" (CAC/RCP 1-1969) sobre los requisitos de higiene personal y de comportamiento relacionados con la producción higiénica de alimentos; con el objetivo de garantizar que los empleados que entran en contacto directo o indirecto con los alimentos no los contaminen.

Para Latinoamérica, la Organización Panamericana de Salud (OPS), vela por una inclusión de la salud en todas las políticas públicas y privadas y porque todos los sectores hagan su parte para asegurar que las personas vivan más y mejores años de vida; por lo tanto, la higiene personal en los manipuladores de alimentos durante toda la cadena productiva (cosechar, manipular, almacenar, transportar, procesar o preparar alimentos) debe ser estricta.

Según la Constitución de la República del Ecuador registró oficial No. 449 20 de Octubre de 2008, Art 32 Salud capítulo segundo Derechos del buen vivir sección séptima:

Art 32: La salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir.

El Estado garantizará este derecho mediante políticas económicas, sociales, culturales, educativas y ambientales; y el acceso permanente, oportuno y sin exclusión a programas, acciones y servicios de promoción y atención integral de salud, salud sexual y salud reproductiva. La prestación de los servicios de salud se registra por los principios de equidad, universalidad, solidaridad, interculturalidad, calidad, eficiencia, eficacia, precaución, y bioética, con enfoque de género y generacional.

Art 52 y 54 Personas usuarias y consumidoras capítulo tercero sección novena:

Art 52: Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Art 54: Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no están de acuerdo con la publicidad afectada o con la descripción que incorpore. Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

Según la Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria registró oficial suplemento 583 27 de Diciembre de 2010, Art 1 Finalidad Titulo 10 Generalidades:

Art 1: Esta Ley tiene por objeto establecer los mecanismos mediante los cuales el Estado cumpla con su obligación y comunicación estratégica de garantizar a las personas, pueblos y comunidades la autosuficiencia de alimentos sanos, nutritivos y culturalmente apropiados de forma permanente.

El Régimen de la soberanía alimentaria se constituye por el conjunto de normas conexas, destinadas a establecer en forma soberana las políticas públicas agroalimentarias para fomentar la producción suficiente y la adecuada conservación, intercambio, transformación, comercialización y

consumo de alimentos sanos, nutritivos, preferentemente provenientes de la pequeña y mediana producción campesina, de las organizaciones económicas populares y de la pesca artesanal así como microempresa y artesanía; respetando y protegiendo la agrobiodiversidad, los conocimientos y formas de producción tradicionales y ancestrales, bajo los principios de equidad, solidaridad, inclusión, sustentabilidad social y ambiental.

El Estado a través de los niveles de gobierno nacional y subnacionales implementará las políticas referentes al régimen de soberanía alimentaria en función al Sistema Nacional de Competencias establecidas en la Constitución de la República y la Ley.

La ley orgánica de defensa del consumidor, registro oficial suplemento 116 de 10-jul-2000, Art 1 ámbito y objeto capítulo primero Principios Generales

Art 1: Las disposiciones de la presente ley son de orden público de interés social, sus normas por tratarse de una Ley de carácter orgánico, prevalecerán sobre las disposiciones contenidas en leyes ordinarias. En caso de duda en la interpretación de esta Ley, se la aplicará en el sentido más favorable al consumidor.

Art 4 Derechos del consumidor capítulo segundo derecho y obligaciones de los consumidores

Art 4: Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, son:

- Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos.
- Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad.
- Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad.
- Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus

precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar.

- Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida.
- Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales.
- Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos.
- Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios.
- Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor.
- Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención sanción y oportuna reparación de su lesión.
- Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan.
- Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá notar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

Art 70 Sanción general capítulo trece infracciones y sanciones.

Art 70: Las infracciones a lo dispuesto en esta ley, siempre que no tengan una sanción específica, serán sancionadas con multa de cien a mil dólares de los

Estados Unidos de América o su equivalente en moneda de curso legal, y si es del caso, el comiso de los bienes, o la suspensión del derecho a ejercer actividades en el campo de la prestación del servicio o publicidad, sin perjuicio de las demás sanciones a las que hubiere lugar.

Art. 71 Indemnización, Reparación, Reposición y Devolución, capítulo trece infracciones y sanciones

Art. 71: Los consumidores tendrán derecho, además de la indemnización por daños y perjuicios ocasionados, a la reparación gratuita del bien y, cuando no sea posible, a su reposición o a la devolución de la cantidad pagada, en un plazo no superior a treinta días, en los siguientes casos:

- Cuando en el producto que se hubiere adquirido con determinada garantía y, dentro del plazo de ella, se pusiere de manifiesto la deficiencia o características del bien garantizado, siempre que se hubiere destinado al uso o consumo normal de acuerdo a la naturaleza de dicho bien. Este derecho se ejercerá siempre y cuando el proveedor haya incumplido con la garantía.
- Cuando cualquier producto, por sus deficiencias de fabricación, elaboración, estructura, calidad o condiciones sanitarias, en su caso, no sea apto para el uso al cual está destinado.
- Cuando considerados los límites de tolerancia permitidos, el contenido neto de un producto resulte inferior al que debiera ser o la cantidad sea menor a la indicada en el envase o empaque.

Las normas en vigencia, la primera NTE INEN 2687:2013 de mercados saludables, establece los requisitos y prácticas que deben cumplir los mercados para la comercialización y elaboración de alimentos inocuos aptos para el consumo humano.

Y la resolución ARCSA-DE-057-2015-GGG, establece los requisitos para la obtención del registro sanitario de los alimentos procesados, el permiso de funcionamiento así como las prácticas correctas de higiene en los procesos de producción, elaboración, envasado, almacenamiento, distribución, transporte y comercialización de alimentos nacionales para consumo humano a fin de

proteger la salud de la población, garantizando la higiene de los alimentos. Aplica a todas las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras que se relacionen o intervengan en los procesos mencionados en artículo anterior, dentro de los establecimientos procesadores de alimentos categorizados como Artesanales y Organizaciones del Sistema de Economía Popular y Solidaria.

La Ilustre Municipalidad de Salcedo realiza sus actividades tomando en cuenta la ordenanza de plazas y del mercado central, teniendo como prioridad el manejo de nuevas localizaciones de los puestos para que este ordenado lo que es comida con comida, abarrotes, legumbres, frutas, granos secos, animales, entre otros. En la ordenanza que reglamenta la ocupación del mercado cerrado de la ciudad, en el artículo 19 y artículo 23 el capítulo tres de los arrendatarios y adjudicatarios menciona:

Art 19: Uso de uniformes, el arrendatario o sus ayudantes deberán operar diariamente, dentro del Mercado Cerrado, correctamente uniformados, en perfecto estado de limpieza e higiene, utilizando el vestuario determinado por la administración, de la siguiente forma:

- Mandil de tela de color que se hubiere establecido por su giro comercial.
- Zapatos negros tipo mocasín o de cordón.
- Protector de cabello del mismo color del mandil.
- Cabello totalmente recogido.
- No se permitirá el uso de chales, suéteres u otra prenda de vestir sobre el mandil.
- No se permitirá cambio de colores y modelos sin previa autorización de la administración.

Art 23: Según el riesgo epidemiológico y de contaminación de alimentos se dividen en alto, medio y bajo riesgo, por lo que deberán ser manejados, expuestos y expendidos adecuadamente y debe mostrar una imagen en permanente higiene, orden y limpieza.

Los alimentos que se expenderán en el mercado serán aptos para el consumo humano y deberán cumplir los siguientes requisitos:

- Deben mantener la asepsia necesaria para garantizar limpieza.
- Organolépticamente agradable (olor, sabor, y textura)
- Libre de sustancias química, física, extraña y microorganismos patógeno y sus toxinas
- Exhibir registros sanitarios actualizados

En los casos comprobados de que los alimentos no reúnen los requisitos establecidos en este capítulo y sean nocivos para la salud pública, estos serán retirados y destruidos de manera inmediata; debiendo para efecto contar de ser necesario con la colaboración de las autoridades sanitarias de control.

Finalmente el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Pujilí, promueve la ordenanza que regula el funcionamiento y ocupación del mercado, ferias libres y ocupación de la vía pública, desde el 17 de Enero del 2002 y reformada el 02 de Febrero del 2011, donde explican las obligaciones, prohibiciones, sanciones para los vendedores que realizan sus actividades en las ferias.

1.4 Caracterización del objeto de estudio

1.4.1 Generalidades del Cantón Pujilí

La información que se emite a continuación fue proporcionada por la Dirección de Planificación Estratégica de la Ilustre Municipalidad del cantón Pujilí.

a) Ubicación

El cantón Pujilí está ubicado en la región interandina del Ecuador, en la zona Centro Occidental de la Provincia de Cotopaxi, a 10 km. al Oeste de la ciudad de Latacunga, cabecera provincial.

b) Población

De acuerdo al censo del 2010 efectuado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos- INEC, la población total del cantón Pujilí es 69.055 habitantes los cuales se dividen en:

- Urbana 10.064 habitantes.
- Rural 58.991 habitantes.

c) Clima

Su clima es semiárido mesotermal y su temperatura media es de 12,4 °C. La topografía de la región es irregular y tiene una altura promedio de 2980 m.s.n.m.

d) Límites

- Norte: Sigchos, Saquisilí y Latacunga
- Sur: Pangua, Bolívar (Guaranda), y Tungurahua (Ambato)
- Este: Latacunga y Salcedo
- Oeste: La Maná y Pangua

e) División Política

Políticamente se encuentra dividido en siete parroquias, una urbana y seis rurales:

- Parroquia urbana: Pujilí como cabecera cantonal (Matriz).
- Parroquias rurales: La Victoria, Guangaje, Zumbahua, Angamarca, Pilaló y Tingo La Esperanza.

f) Superficie

Pujilí es el cantón más extenso después de Latacunga, tiene una superficie de 1.289 Km² y su área urbana una extensión de 90 Km².

g) Sitios Turísticos del Cantón Pujilí

De acuerdo a la información emitida por el Departamento de Turismo-Cultura y la Coordinación Municipal, los sitios más representativos del cantón Pujilí son:

- Alfarería de la Victoria

Pujilí ha sido conocido desde tiempos antiguos como “tierra de alfareros”, tiene su origen en el barrio El Tejar. Extranjeros de la Misión Andina hace algunos años instalaron una fábrica de cerámica en la que trabajaron algunos artesanos del lugar, quienes aprendieron el proceso de elaborar objetos cerámicos. Con el paso del tiempo y cuando los misioneros se fueron, dichos artesanos pusieron sus propios talleres en los que predominó la producción juguetera para luego atender las demandas de la construcción como son las tejas y tejuelos, hasta las de tipo utilitario y decorativo: como las tinajas, pundos, ollas, vajillas, ceniceros, macetas, alcancías, entre otros; como se puede observar en la Figura 2 todo lo que se realiza en la parroquia.



Figura 2. Alfarería de la Victoria.

Fuente: (Departamento de Turismo-Cultura y la Coordinación Municipal)

- Pintura y artesanías de Tigua

Cuna de los artistas indígenas, quienes descubren en sus cuadros, en la Figura 3. Pintura y artesanías de Tigua Se admira la vida del campo y las costumbres de las comunidades donde ellos producen; es el vivo retrato de su mundo encajado en los pintorescos valles y páramos de los Andes. Los pintores campesinos trabajan sobre cuero de ovejas, que a más de brindar alimento y abrigo, conceden la superficie plana necesaria para crear con colores de esmalte, hermosas obras que transmiten la ingenuidad plástica de los Andes.

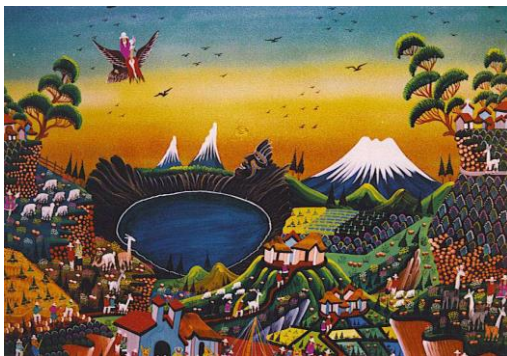


Figura 3. Pintura y artesanías de Tigua

Fuente: (Departamento de Turismo-Cultura y la Coordinación Municipal)

- Laguna de Quilotoa

El Volcán Quilotoa forma parte de la Reserva Ecológica Los Illinizas, está ubicado en las vertientes del río Toachi a 63 Km. de la ciudad de Latacunga, en la Cordillera Occidental de Cotopaxi, al costado oriental de la parroquia de Zumbahua. A lo largo del tiempo el volcán ha pasado por varias y grandes erupciones, estas han depositado los materiales piroclásticos alrededor del cono, los cuáles formaron extensas planicies, las que se observan a lo largo del camino que pasa de Zumbahua a la laguna, el cono fue formado por la acumulación de flujos de lava y de material piroclástico compuesto por: pómez, lapilli y ceniza, la belleza del volcán se puede ver en la Figura 4.



Figura 4 Laguna de Quilotoa

Fuente: (Departamento de Turismo-Cultura y la Coordinación Municipal)

- Feria de Zumbahua

Sonidos estridentes anuncian el inicio de la feria de Zumbahua, se ilustra en la Figura 5, mientras que el verdor de sus montañas rocosas, más el imponente Cotopaxi, deja ver que se ha llegado a unos de los pueblos más representativos del paisaje andino ecuatoriano. Un sábado despejado y el ambiente, deja guiarse por gritos de comerciantes, gemidos de animales y música en altos parlantes; es lo que se puede observar en la tradicional feria de Zumbahua.



Figura 5 Feria de Zumbahua

Fuente: (Departamento de Turismo-Cultura y la Coordinación Municipal)

1.4.2 Cabecera cantonal (Matriz)




a) Reseña

Etimológicamente Pujilí en quichua significa posada de juguetes. La ilustre ciudad, célebre por su cultura de profunda estabilidad y cuna de personajes ilustres que escribieron en la historia nacional sus páginas más brillantes, como Luis Fernando Vivero y el ex Presidente de la República General Guillermo Rodríguez Lara. Ahora ella, en su esplendorosa belleza andina, disfruta de palpitante alegría, aun con mayor vivacidad que antes. Sus templos y monumentos, sus palacios públicos y edificios particulares, sus planteles educativos y centros deportivos, han sido restaurados y embellecidos exactamente a su aspecto original (Villamarín, 2016).



b) Sitios de atracción turística

De acuerdo a la información emitida por el Departamento de Turismo-Cultura y la Coordinación Municipal, los atractivos turísticos más representativos de la parroquia la Matriz- Pujilí son:

Tabla 9.**Atractivos Turísticos de parroquia la Matriz-Pujilí.**

Atractivo	Descripción	Imagen
Las Octavas del Corpus Christi	Fiesta religiosa cuya celebración se la realiza 60 días después de la Pascua de Resurrección. Con la llegada de los misioneros en tiempo de la Colonia y para desviar la idolatría al Dios Omnipotente que pregonaban los religiosos, fusionaron la fiesta aborigen del IntiRaymi con la religiosa de Corpus Christi.	El danzante es el personaje sobresaliente de Pujilí fue declarado como Patrimonio Cultural Intangible de la Nación el 11 de abril del 2002. 
Iglesia Matriz de Pujilí	Es una de las cuatro iglesias más antiguas del Ecuador, su construcción se inició en 1680 y se concluyó treinta años más tarde. El templo esta cimentado con piedra pómez, consta de dos torres que destacan por encima de la edificación, cada una tiene sus campanarios terminados en forma cónica.	
Palacio Municipal	En la actualidad la edificación guarda una combinación de materiales y técnicas antiguas con los más modernos materiales y tecnologías de punta aplicando los conceptos universales de restauración.	
Santuario del	Su veneración inicia en los años 1730	El festejo en homenaje a la

CONTINÚA →

Niño de Isinche	cuando los jesuitas encontraron una pequeña figura tallada, que según los lugareños ha ido creciendo paulatinamente, como muestra de ello existen finos ropajes de diferentes tamaños.	imagen es el 25 de diciembre, fecha en la cual se realiza la fiesta del "Pase del Niño" 
Cerro Sinchahuasín	Tiene una forma cónica con una altura de 3000 msnm, logrando acceder a la cima a través del recorrido de 600 gradas. El recurso es empleado como un mirador natural de la ciudad.	

Fuente: Departamento de Turismo-Cultura y la Coordinación Municipal.

- Plazas y Mercado de la Parroquia la Matriz (Pujilí)

Los días de feria la ciudad de Pujilí es reconocida, porque todas sus plazas están ocupadas por las personas que realizan varias actividades de comercio, por medio de una entrevista a la señora Judith Ramírez pujilense de nacimiento, actualmente 71 años de edad, persona jubilada anteriormente desempeñaba el cargo de profesora en la escuela Pedro Vicente Maldonado y considerada una de las mejores. Su pasión por la escritura y la historia se lo debe mucho a sus padres que le inculcaron la cultura de leer lo suficiente y ahora en día deleita con sus escrituras a estudiantes, personas que necesiten de su ayuda está a disposición de quien lo necesite. A continuación se redacta el texto de las plazas y del mercado.

J. Ramírez (comunicación personal, 23 de julio, 2016), la feria funciona al aire libre, se fusionan en una inmensa masa cuya alternabilidad y variedad permiten que se genere la necesaria empatía con los compradores.

Hasta el año de 1.920 existía una sola plaza ubicada al frente de la iglesia Matriz llamada Bolívar, hoy parque Luis Fernando Vivero, ya por la década de los años 40 la plaza fue necesaria trasladarle a otro lugar y es así que se

construyó la Plaza San Gabriel ubicada a dos cuadras del parque central y del palacio Municipal, se expendían cárnicos, posteriormente este lugar fue derrocado para dar origen a la plaza Sucre, la misma que se observa en la Figura 6; en donde se expenden comidas preparadas, abarrotes, huevos, legumbres, frutas, lanas, artículos de higiene personal, entre otros.



Figura 6 Plaza Sucre-Pujilí

Fuente: (Departamento de Turismo-Cultura y la Coordinación Municipal)

La plaza Luis Fernando Chávez, donde se encuentran objetos de hierro y madera, se le conoce con el nombre de la plaza de hierbas por cuanto también se expende alfalfa para los animales.

Rosalino Ruiz Cruz, esta plaza se construyó en la presidencia del Señor Marcelo Arroyo Ruiz, se expenden papas, verduras, granos secos y animales de corral (cuyes, conejos, palomas, gallinas).

Canchas Augusto Lema sirven para el deporte los días de la semana a excepción de los días miércoles y domingos que son los días de feria en Pujilí en donde se expenden ropa, calzado y bisutería.

- Mercado cerrado de Pujilí

Pujilí conocido por la diversidad en las ferias que ofrece, donde el mejor momento para ver las costumbres nativas y la ropa son los días de mercado, miércoles y domingos. A diferencia de Otavalo, que es principalmente para los turistas, Pujilí sigue siendo un asunto local, pero muy visitado; ya que al dirigirse a la Laguna del Quilotoa también realizan una observación al mercado,

convirtiéndose en un punto importante dentro del turismo, ya que se registra la visita de turistas nacionales y extranjeros los días feriados, los domingos llegan 1000 personas nacionales y un promedio de 30 extranjeros para deleitarse de todo el paisaje que está inmerso en la feria libre; a un extranjero le llama la atención ver como se negocia los animales, que comida existe y los niños que siempre están vendiendo legumbres, les toman fotos y les regalan dulces, según el comisario del mercado J. Chipugsi (comunicación personal, 23 de Julio,2016).

J. Ramírez (comunicación personal, 23 de julio, 2016), en la ciudad, se cuenta con el mercado localizado cerca de la avenida Velasco Ibarra entre las calles Vicente Rocafuerte y Belisario Quevedo; conocido también como mercado central, se construyó en la presidencia del Señor Lic. Erminio Troya, está dividido en tres partes:

La primera parte se denomina patio de comidas ya que en este lugar se expenden comidas preparadas teniendo en su haber cada vendedor un cubículo para su expendio, con las medidas de 2.50 *2.40, las personas son amables, carismáticas porque así se debe tratar al cliente, pero sin duda alguna les hace falta estar actualizados con atención al cliente, para mejorar la perspectiva del cliente. La comida de Pujilí es sabrosa y sana, dentro del patio se vende el hornado, el secreto está en el horneado, cuando la pierna del cerdo una vez preparada, se le coloca en el horno casero y el fuego es alimentado con leña de capulí, las morcillas son tripas de cerdo rellenas con un preparado de col, arroz, chicharon, varias especias y bledo que es una hierba silvestre que crece en sus alrededores y el famoso Chaguarmishqui bebida dulce que se saca de la cabuya negra mezclada con cebada pelada.

La segunda parte es el lugar en donde se expenden frutas, legumbres, carnes y otros alimentos necesarios para subsistir, en la Figura 7 se puede observar la distribución. Y la tercera que se redactó en el fragmento de plazas.



Figura 7 Mercado central de Pujilí

Fuente: (Departamento de Turismo-Cultura y la Coordinación Municipal)

Después del terremoto del 28 de marzo de 1996, el mercado se destrozó completamente quedando en el olvido hasta el año 2005, en la administración del Dr. Freddy Estrella Cevallos (comisario), donde se dio la propuesta para la remodelación con un presupuesto de 69,026.41 dólares los mismos que fueron destinados para dicha obra, dándole una mejor imagen atrayente para el turista nacional y extranjero que se acercan para realizar las actividades pertinentes. Las plazas y mercados resultan un tanto congestionadas razón por la cual los pasos peatonales se han convertido en verdaderos puntos de venta y además existen los vendedores ambulantes que recorren todas las calles.

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA

En el presente capítulo se desarrollará la metodología de investigación, con la ayuda de las diferentes herramientas e instrumentos, en este sentido, se estudiará todos los enfoques, métodos, tipos, técnicas y herramientas de la investigación científica, posteriormente se analizarán los resultados que arrojen las fichas de evaluación, encuestas y el focus group que se realizaron para corroborar que el cliente este satisfecho con el servicio que percibe dentro del mercado cerrado de la ciudad de Pujili, por parte de las comerciantes de comida preparada.

La ficha de evaluación presente en la indagación se realizo de acuerdo a los ítems que contiene la NORMA INEN DE MERCACADOS SALUDABLES NTE INEN 2687:2013; el modelo Servqual ya estructurado que nos ayudará a conocer si el cliente está satisfecho con el servicio que recibe, finalmente el focus group que ayudará a conocer la percepción sobre la calidad de los platos que poseen más demandantes en los días de feria.

2.1.- Modalidad de la investigación

Para (Bernal, 2006), la investigación es un proceso riguroso, cuidadoso y sistematizado en el que se busca resolver problemas, es organizado y garantiza la producción de conocimiento o alternativas de solución viables. Es importante mencionar el método en las investigaciones científicas, para un mejor entendimiento del lector, colocando en cada una, la definición que emite el autor, como se verá reflejado dentro del trabajo.

2.2.- Enfoques de la investigación

La investigación posee dos enfoques el cuantitativo y el cualitativo, ambos buscan resolver problemas o producir conocimiento en el campo científico. Para el presente trabajo se utilizara:

2.2.1.- Enfoque cuantitativo

Según (Bernal, 2006) el enfoque cuantitativo o tradicional se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado. Este método tiende a generalizar y normalizar resultados.

En la indagación se utilizará este enfoque, se medirán los resultados que arrojen todos los instrumentos, utilizados durante el proceso.

2.3.- Métodos de la investigación

2.3.1.- Método inductivo

Con este método se utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general. El método se inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales que se postulan como leyes, principios o fundamentos de una teoría (Bernal, 2006).

La investigación inicia con un estudio individual de la manipulación de alimentos por parte de los vendedores de comida preparada y se formulan conclusiones que se postulan como ley, para que se ocupen con el tiempo y así lograr la satisfacción completa del cliente con el servicio percibido.

2.4.- Tipos de investigación

2.4.1 Investigación de campo

Constituye un proceso sistemático, riguroso y racional de recolección, tratamiento, análisis y presentación de datos, basado en una estrategia de

recolección directa de la realidad de las informaciones necesarias para la investigación. (Bernal, 2006).

Dentro de la presente investigación, se salió directo al lugar investigado, para observar que este todo de acuerdo a lo que pide la norma INEN DE MERCADOS SALUDABLES NTE INEN 2687:2013, para los puestos del patio de comidas del mercado cerrado de la ciudad de Pujilí.

2.4.2.- Investigación descriptiva

Es la capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y su descripción detallada de las partes, categorías o clases de dicho objeto (Bernal, 2006).

Para el presente proyecto se utilizará la investigación descriptiva que aportará a describir las características o funciones de los manipuladores de alimentos, es decir permitirá valorar la calidad del servicio ofertado y la satisfacción de los clientes.

2.4.3.- Investigación correlacional

Tiene como propósito mostrar o examinar la relación entre variables o resultados de variables. De acuerdo con este autor, uno de los puntos importantes respecto de la investigación correlacional es examinar relaciones entre variables o sus resultados, pero en ningún momento explica que sea la causa de la otra (Salking, N, op. cit, p. 12).

Ayudará en el proyecto a medir el grado de relación entre las variables manipulación de alimentos y calidad del servicio de alimentos y bebidas, utilizando la prueba de hipótesis, de igual forma permitirá conocer la forma de comportarse de cada una de ellas, que son el objeto de estudio en la investigación.

2.5.- Diseño de la investigación

Para el diseño y desarrollo de la investigación se emplearán tres modelos, para cada variable presente en la misma; para la variable independiente

“manipulación de alimentos”, se desarrolló una ficha de evaluación que se detalla más adelante, para corroborar que los cubículos y los comerciantes de comida preparada tengan todo en orden y de acuerdo a lo que pide la NORMA INEN DE MERCADOS SALUDABLE NTE INEN 2687:2013 y para la variable dependiente “calidad en el servicio de alimentos y bebidas”, se realizó las encuestas con el modelo Servqual para medir la calidad del servicio que percibe el cliente, también se ejecutó un focus group para corroborar la aceptación de los platos que poseen más demanda en los días de feria.

2.5.1.- Ficha de evaluación.

Documento de medición de comportamientos, conocimientos estructurados y basados en el modelo de competencias, valores y conocimientos de la organización (vendedores de comida preparada del mercado cerrado de la ciudad de Pujili. Se utilizó los ítems que detalla la NORMA INEN DE MERCADO SALUDABLES NTE INEN 2687:2013, adaptados a las necesidades que requiere específicamente el patio de comidas del mercado.

Para la calificación se tomó en cuenta la descripción de cumple, no cumple y no aplica respectivamente con sus ponderaciones, como se explica en la tabla a continuación:

Tabla 10.

Rangos a evaluar.

Descripción	Rango
Cumple	2
No cumple	1
No aplica	0

2.5.2.- Modelo Servqual

Es un modelo propuesto por Zeithaml Parasuraman y Berry, para intentar dar respuesta a una de las principales dificultades que presenta la aplicación de la calidad total a las empresas de servicios, mediante la implementación de

estrategias o planes de acción que permitan mejorar sus deficiencias y aprovechar sus oportunidades (Almeida, Barcos, & Martín, 2006).

Las dimensiones que utiliza el modelo son cinco, las mismas que se detallan a continuación:

- c) Elementos tangibles: apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal en contacto y material de comunicación.
- d) Fiabilidad: habilidad para realizar el servicio prometido de forma cuidadosa. Esta habilidad debe darse de forma consistente en el tiempo.
- e) Capacidad de respuesta: disposición para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido.
- f) Seguridad: se refiere al conocimiento y la atención mostrada por los empleados y las habilidades que disponen para inspirar confianza y credibilidad.
- g) Empatía: atención individualizada que ofrece la empresa a sus clientes.

De estas cinco dimensiones se desglosan veintidós variables que reflejan los aspectos de cada una de ellas que los clientes consideran más importantes.

Tabla 11.
Variables del método SERVQUAL.

Dimensión	Variable
Elementos tangibles	Equipamiento de aspecto moderno Instalaciones visualmente atractivas Apariencia del personal Elementos tangibles atractivos
Fiabilidad	Cumplimiento de promesas Interés en la resolución de problemas Realización del servicio a la primera Conclusión en el plazo prometido Ausencia de errores
Capacidad de respuesta	Personal comunicativo Personal rápido Personal colaborador Personal informado

CONTINÚA →

Seguridad	Personal que transmite confianza Clientes seguros con su proveedor Personal amable Personal bien formado
Empatía	Atención individualizada al cliente Horario conveniente Atención personalizada de los colaboradores Preocupación por los intereses del cliente Comprensión de las necesidades del cliente

Fuente: (Almeida, Barcos, & Martín, 2006).

2.5.3.- Focus Group

Según (Escobar & Bonilla, 2008), el grupo focal, es una técnica cualitativa de estudio de las opiniones o actitudes de un público, utilizada en ciencias sociales y en estudios comerciales. Consiste en la reunión de un grupo de personas, entre 6 y 12, con un moderador, investigador o analista; encargado de hacer preguntas y dirigir la discusión.

La finalidad del focus group, se hizo para conocer la calidad de los platos que mas demanda tienen los días de feria.

Introducción a la evaluación sensorial

La evaluación sensorial se realizo con la finalidad de conocer la apreciación acerca de la calidad de los platos que más se ofertan dentro del patio de comidas del mercado cerrado de Pujili. Se utilizó una ficha con los siguientes parámetros a calificar:

Tabla 12.
Ítems de la evaluación sensorial.

Ítems	Descripción
Presentación	Alimentos visualmente atractivos.
Frescura de los alimentos	Apariencia de tener un buen estado y contener propiedades naturales
Olor	Percepción de un aroma agradable al olfato
Sabor	Alimentos y bebidas deben tener un sabor agradable.

CONTINÚA →

Temperatura del servicio de los alimentos	Alimentos que se sirven calientes a 60° C o más; alimentos que se sirven fríos a 7° C o menos; alimentos que se sirven congelados a -18° C o menos.
Servicio estandarizado	El cliente recibe la misma atención sin importar la situación.

Fuente: (Sancho, J; Bota, E, 1999).

2.6.- Población y Muestra.

De acuerdo con Fracica (1988) la población es el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo; por lo tanto en la indagación, se emplea como población el número total de los comerciantes.

El primer grupo son las treinta y cinco vendedoras, sin embargo una de ellas no entra dentro del proceso investigativo, debido a que oferta algo diferente a lo que se está estudiando, en el grupo antes mencionado se aplicará la ficha de evaluación sobre las buenas prácticas de manufactura de acuerdo a lo que pide la NORMA INEN DE MERCADOS SALUDABLES NTE INEN 2687:2013.

Tabla 13.
Vendedoras del patio de comidas del mercado de Pujilí.

Puesto	Nombres y apellidos
1	Lourdes Aguilar
2	Aida Estrella
3	Rosa Guilcaso
4	María Guilcaso
5	María Guilcaso
6	Luz Guilcaso
7	Beatriz Zapata
8	Beatriz Zapata
9	Patricia López
10	María Ronquillo
11	Luzmila Chilingua
12	Transito Changotasig

CONTINÚA →

13	Clara Masapanta
14	Marina Trávez
15	Tania Paredes
16	Digna Iturralde
17	Cristina Aguilar
18	Juana Mera
19	Janeth Olmos
20	Martha Ruiz
21	Belén Oñate
22	Janeth Moreno
23	Mónica Espinoza
24	Caty Madrid
25	Petrona Changotasig
26	Mercedes Cevallos
27	Aida Montenegro
28	Gladys Villarroel
29	Martha Calero
30	Gloria Salazar
31	Zoila Cevallos
32	Carmen Pilataxi
33	Inés Madrid
34	Zoila Pilataxi
35	María Pilatasig.

El segundo grupo son los expertos en el campo gastronómico que darán su punto de vista acerca de la calidad de los platos más demandados en los días de feria en el mercado cerrado de Pujili. Fueron invitados mediante un oficio a cada director de las escuelas más reconocidas de la ciudad de Latacunga, escuela Host School y la escuela Gusteau, sin embargo no asistieron todos, solo los que están en la lista que a continuación se detalla:

Tabla 14.**Jueces para la degustación de los platos.**

Juez	Nombres y Apellidos	Edad	Título	Institución a la que pertenece
1	Ángel Maldonado	25	Chef	Host School
2	Daniela Tapia	18	Chef	Host School
3	Alejandro Pacheco	29	Magister en Pastelería y repostería	Host School
4	Carlos Ramos	24	Chef	Gusteau
5	Fernando Mena	25	Tecnólogo en gastronomía	Gusteau
6	Jesús Pastor Tobar	53	Chef	Gusteau
7	Gladys Salguero	30	Tecnóloga en gastronomía	Gusteau
8	Andrea Vaca	21	Chef	Gusteau

La gastronomía ecuatoriana está influenciada por la llegada de los españoles en la conquista, por esta razón se tomó en cuenta la clasificación de prehispánicos, criollos y contemporáneos, los mismos que a continuación se colocan sus definiciones:

Tabla 15.**Categorías de la gastronomía.**

Categoría	Definición
Prehispánicos	La gastronomía prehispánica es la propia, la que no se mezcló con la llegada de los españoles, netamente con los productos aborígenes del lugar.
Criollos	La comida que se mezcló con la llegada de los españoles un claro ejemplo el Chaguarmishqui que la cebada trajeron los españoles y se mezcla con el dulce de cabuya originario de acá.
Contemporáneos	Técnicas nuevas de la actualidad que se utilizan en la gastronomía.

Fuente: (Unigarro, 2010).

De acuerdo a esta tabla se clasifico las degustaciones y se realizo una subdivisión de bebidas, sopa, plato fuerte y cucayos, los mismos que se explican más adelante:

Tabla 16.
División de la gastronomía.

Subdivisión	Definición
Bebidas	Cualquier líquido que se ingiera apto para el consumo humano constituye una bebida.
Sopa	Plato culinario compuesto de caldo de la olla, consomé u otro, acompañado de una pasta de fideos, sémola, tapioca o rebanadas de pan, verduras, entre otras.
Plato fuerte	Plato de mayor consistencia de una comida.
Cucayos	Provisiones de boca que se llevan en el viaje o comidas para un viaje.

Fuente: (Gallego & Melendo, 2014).

Dicho las definiciones, se coloca cada plato que posee una mayor demanda en los días de ferias (domingos y miércoles), para las degustaciones, en la siguiente tabla:

Tabla 17.
Platos para la degustación.

Ancestrabilidad	Criollo	Contemporáneo		
Categoría	Sopa	Plato fuerte	Cucayo	Bebidas
# de platos	2	1	3	4
Nombres	Caldo de gallina criolla Caldo de pata	Tortillas con hornado	Mote con Chicharón Morcilla Tamales	Jugos naturales Batidos Come y bebe Chaguarmishqui

Finalmente el tercer grupo, los clientes que acuden a percibir directamente el servicio en el mercado cerrado de la ciudad de Pujilí. Según Bernal (2006), la muestra es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual efectuarán la medición y la observación de las variables, objeto de estudio. El muestreo

será intencional, se caracteriza por un esfuerzo deliberado de obtener muestras "representativas" mediante la inclusión de grupos supuestamente típicos. El investigador puede seleccionar directa e intencionadamente a los individuos de la población.

En una entrevista realizada al comisario del mercado cerrado de la ciudad de Pujilí Dr. José Luis Chipugsi, supo manifestar que los días de feria son los domingos y miércoles, seguidamente los datos se reflejan a continuación:

Tabla 18.
Número de personas que se acercan al mercado los días de feria.

Día	Número de personas
Miércoles	200 personas
Domingo	1000 personas
TOTAL	1200 personas

Fuente: Comisaria del mercado cerrado del cantón Pujilí (2016).

A la semana llegan 1200 personas, con el que se realizará el cálculo con la fórmula establecida por Bernal, para una población finita.

- n = Tamaño de la muestra.
- N = Tamaño de la población = 1200
- P = Probabilidades de éxito = 50% = 0.5
- Q = Probabilidad de fracaso = 50% = 0.5
- e^2 = error = 5% = 0.05
- z^2 = valor constante mediante la confianza.

$$n = \frac{z^2 pq N}{e^2(N-1) + z^2 pq}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(1200)}{(0.05)^2(1200-1) + (0.5)(0.5)(1.96)^2}$$

$$n = \frac{1152.48}{3.9579}$$

n= 291.18 encuestas

n= 291 encuestas

Las 291 encuestas ayudarán a conocer las diferentes percepciones y expectativas que tienen sobre el servicio dentro del mercado cerrado.

2.7.- Técnicas de recolección de datos

De acuerdo a (Bernal, 2006) en la actualidad, en investigación científica hay una gran variedad de técnicas o instrumentos para la recolección de información y las más apropiadas son:

a) Escalas de actitudes

La escala de actitud con construcción tipo Likert, es una de las técnicas de autoinforme más utilizada para la evaluación de condiciones, ya que en comparación con otros instrumentos similares presenta las ventajas de facilidad de elaboración y aplicación, la menor cantidad de suposiciones estadísticas y es el método más extendido; aunque también el inconveniente de lo limitado de los datos que aporta. El procedimiento consiste en la existencia de una serie de enunciados respecto a los cuales el receptor puede mostrar su aceptación o rechazo (Cabrero, 1994).

En este sentido en la investigación se adaptado de acuerdo a los parámetros que ha visto conveniente la autora y se refleja en la siguiente tabla:

Tabla 19.
Escala de Likert.

Escala de Likert	Puntaje
Cumple	2
No cumple	1
No aplica	0

Fuente: (Llauradó, 2016)

b) Encuestas

Para (Bernal, 2006), es una de las técnicas de recolección de información más usadas, a pesar de que cada vez pierde mayor credibilidad por el sesgo de las

personas encuestadas. Se fundamentan en un cuestionario que se preparan con el propósito de obtener la información.

c) Grupos focales

Menciona (Escobar & Bonilla, 2008), es una técnica de recolección de datos mediante una entrevista grupal semi-estructurada, la cual gira alrededor de una temática propuesta por el investigador.

2.7.1.- Instrumentos

a) Cuestionario

Conjunto de preguntas diseñados para generar los datos necesarios para alcanzar los objetivos de la investigación (Bernal, 2006).

Para la variable independiente manipulación de alimentos se estructuro un cuestionario basado en los ítems de la NORMA INEN DE MERCADOD SALUDABLES NTE INEN 2687:2013.

Para la variable dependiente calidad del servicio en alimentos y bebidas, se toma como referencia el cuestionario del modelo de SERVQUAL, el cual está enfocado a un estudio de las cinco dimensiones de la calidad del servicio, elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, cada dimensión consta de preguntas que están orientadas a obtener información relevante acerca de la calidad de servicio que se brinda en el patio de comidas del mercado de Pujilí.

Para evaluar la aceptación de los platos más ofertados en el patio de comidas del mercado de Pujili, se desarrolló una ficha con cada ítem a calificar.

Finalmente se realizó unas series de preguntas a los expertos presentes para ver como se puede mejorar la apariencia del patio de comidas y como mejorar la aceptabilidad de los platos.

2.7.2.- Validez y confiabilidad

La validación del instrumento se lo realizará a través de la revisión de expertos en el área, acorde al tema de investigación planteado, los cuales realizaran

observaciones o correcciones en las preguntas del instrumento planteado y procederán a la aprobación del mismo. Ver Anexo 1.

El nivel de confianza utilizado para el proyecto será del 95%, considerado un nivel óptimo para poder obtener datos o información confiable para la investigación.

2.8.- Técnicas de análisis de datos

Para el procesamiento y análisis de los datos obtenidos, mediante los cuestionarios se utilizará el programa de IBM SPSS Statistics 23 para Windows y EXCEL 2007, para la elaboración de tablas, gráficos o tabulaciones adicionales.

2.9.- Procesamiento de la investigación.

2.9.1.- Tabulación y análisis de los resultados de la variable independiente:

a) Ingreso de la información

Una vez aplicado el cuestionario, se procedió al ingreso de los datos o información al programa IBM SPSS Statistics 23 y se realiza la elaboración de tablas y gráficos con los porcentajes totales.

b) Traspaso de los datos

Los porcentajes totales se pasa al programa Excel versión 2007, para que la interpretación sea por cada categoría de la ficha.

c) Análisis de las tablas y gráficos

Finalmente realizadas las tablas y gráficos se procede a copiarlos al programa Word 2007, para desarrollar un análisis teórico, que sea claro para el lector.

2.9.2.- Tabulación y análisis de los resultados de la variable dependiente:

a) Ingreso de la información

Una vez aplicado el cuestionario enfocado al modelo SERVQUAL, se procedió al ingreso de los datos al programa IBM SPSS Statistics 23 y se genera los porcentajes totales de los datos.

b) Traspaso de los datos

Se procede a trasladar los porcentajes totales a Excel 2007, en el mismo programa se calcula la moda del total de los datos arrojados en la encuesta, para una mejor interpretación.

c) Elaboración de tablas y gráficos

Posteriormente de la obtención de los resultados generales se procede a elaborar las tablas y los gráficos de las cinco dimensiones, en Excel.

d) Análisis de las tablas y gráficos

Ya realizados las tablas y gráficos se procede a copiarlos a Word 2007, para desarrollar el análisis teórico.

Los análisis teóricos en Word fueron realizados en base a la tabla de la escala Likert.

Tabla 20.
Valores para la interpretación.

Nivel de Likert	Escala de la encuesta
1	Mala
2	Regular
3	Aceptable
4	Buena
5	Muy buena

2.9.3.- Análisis de los resultados de la ficha de evaluación.

Pregunta 1: ¿El mercado cerrado de la ciudad de Pujili cumple con los requisitos de la infraestructura?

Tabla 21.
Requisitos de la infraestructura.

Requisitos de la infraestructura			
Descripción	C	NC	NA
Sumatoria esperada			8
Fuentes de contaminación	2		
Ingreso de animales	2		
Facilidades de higiene	2		
Sistema de drenaje industrial		1	
Sumatoria total de la tabla			7

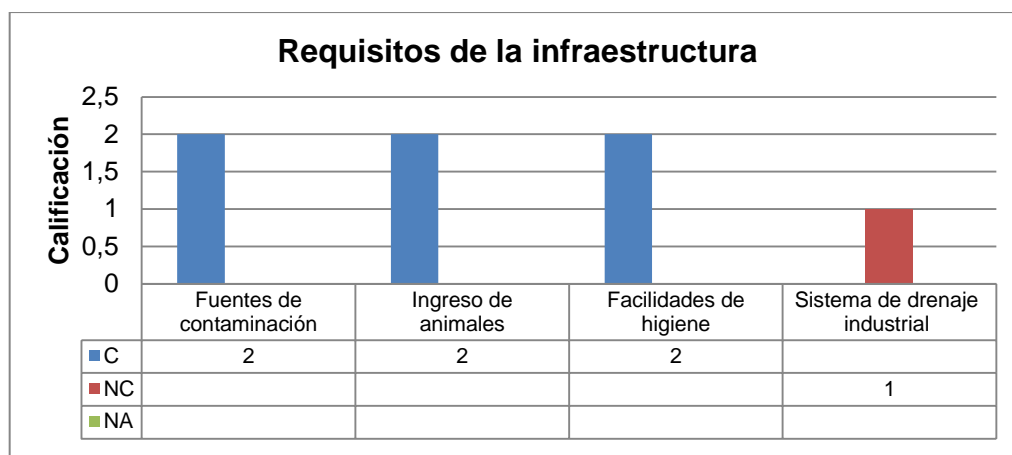


Figura 8 Requisitos de la infraestructura

Análisis

Si en este ítem se cumpliera al 100% todos los componentes, la suma sería 8, con lo cual se procedió a hacer una escala de: 8-6 Aceptable; 5-3 Bueno; <3 Regular. La infraestructura está en un rango aceptable, tiene un puntaje de 7; se localiza fuera de fuentes de contaminación, no ingresan animales pero existe la invasión de animales callejeros, se puede limpiar con facilidad y lo que si está de corregir es que posee un drenaje doméstico ya que se tapa con facilidad y llega a colapsar e interfiere con las actividades.

Pregunta 2: ¿El área y estructura interna del mercado cerrado de Pujili están de acorde a lo que piden los requisitos de la norma INEN?

Tabla 22.
Área y estructura interna.

Área y estructura interna			
Descripción	C	NC	NA
Sumatoria esperada			16
Giros de negocios	2		
Material antideslizante		1	
Las paredes, altura de 2m	2		
Uniones cóncavas		1	
Material no tóxico		1	
Pendiente mínima 2%		1	
Acumulación de suciedad		1	
Pasillos como áreas de almacenamiento	2		
Sumatoria total de la tabla	13		

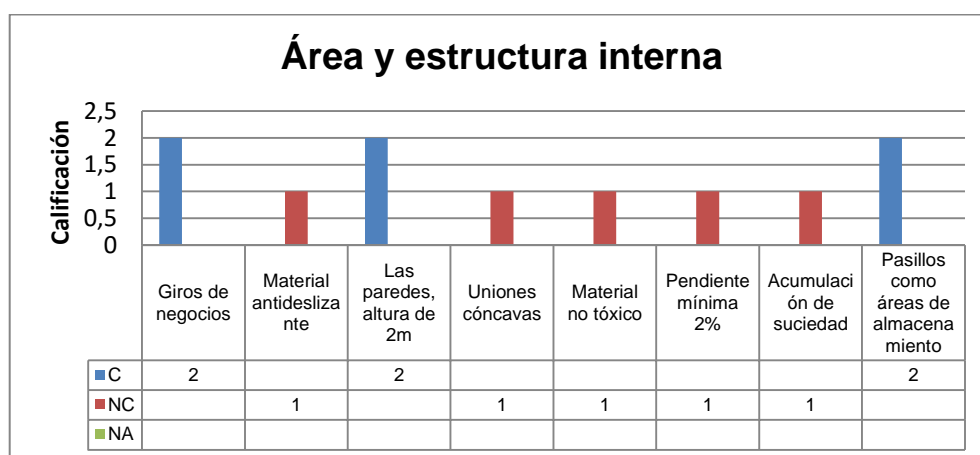


Figura 9 Área y estructura interna

Análisis

Si en este ítem se cumpliera al 100% todos los componentes la suma sería 16, con lo cual se procedió a hacer una escala de: 16-15 Aceptable; 14-10 Bueno; <10 Regular. La sumatoria es 13, por lo tanto el rango es aceptable, los puestos ocupan para un solo giro, las paredes son altas y los pasillos no son utilizados como lugar de almacenamiento, el piso mantenerlo limpio para evitar accidentes, las paredes no son cóncavas no facilitan la limpieza, la entrada no es apta, la acumulación de suciedad y polvo si existe porque está al aire libre.

Pregunta 3: ¿El mercado cerrado de la ciudad de Pujili posee una ventilación e iluminación adecuada?

Tabla 23.
Iluminación y ventilación.

Iluminación y ventilación			
Descripción	C	NC	NA
Sumatoria esperada			8
Iluminación adecuada	2		
El sistema eléctrico en buen estado	2		
La ventilación es natural	2		
La ventilación es artificial		1	
Sumatoria total de la tabla	7		

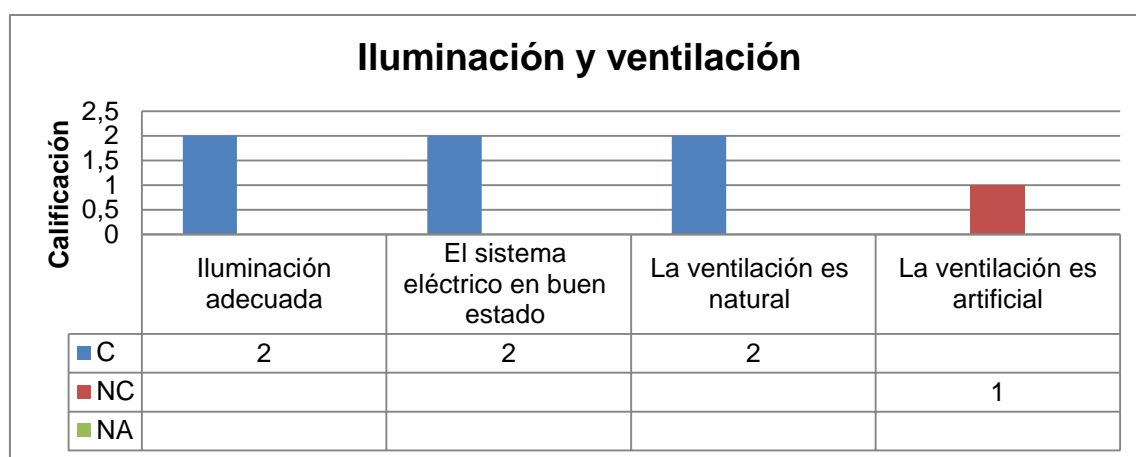


Figura 10 Iluminación y ventilación

Análisis

Si en este ítem se cumpliera al 100% todos los componentes la suma sería 8, con lo cual se procedió a hacer una escala de: 8-6 Aceptable; 5-3 Bueno; <3. Esta está en un rango aceptable con una puntuación de 7, la iluminación es adecuada y el sistema está en buen estado; de acuerdo a la Norma Inen de mercados saludables deben tener ventilación natural y artificial en el caso del mercado posee una ventilación natural y no una artificial.

Pregunta 4: Las instalaciones sanitarias del mercado cerrado de Pujili son las adecuadas?

**Tabla 24.
Instalaciones sanitarias.**

Instalaciones sanitarias			
Descripción	C	NC	NA
Sumatoria esperada			4
Cuenta con instalaciones sanitarias	2		
Los servicios se mantienen limpios		1	
Sumatoria total de la tabla	3		

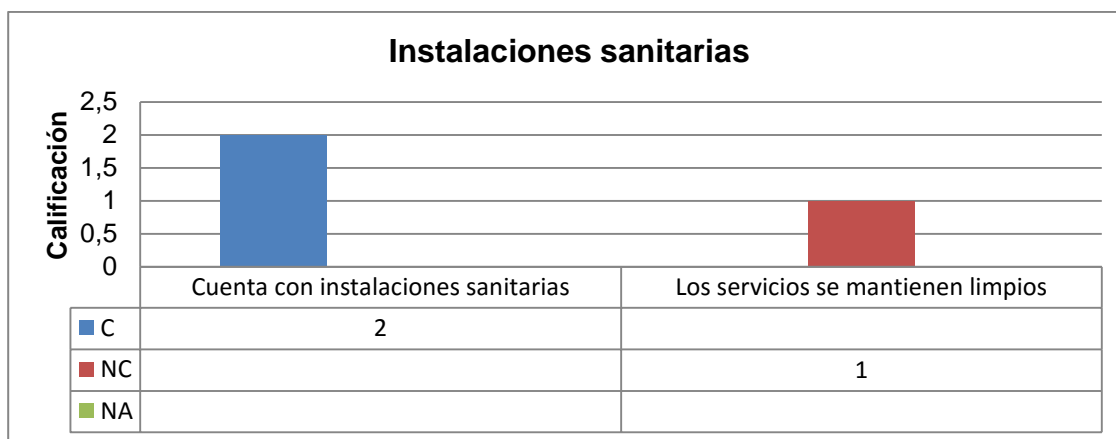


Figura 11 Instalaciones sanitarias

Análisis

Si el ítem se cumpliera al 100% todos los componentes, la suma sería 4, con lo cual se procedió a hacer una escala de: 4 Aceptable, 3 Bueno, 2-0 Regular. Baterías higiénicas si existen dentro del mercado, les hace falta un poco de cuidado para mantenerlas limpias, ya que no realizan esta acción adecuadamente, no utilizan cloro, desinfectante solo pasan el trapeador y encienden sahumeros aromatizados.

Pregunta 5: Los servicios básicos (agua potable) del mercado cerrado de la ciudad de Pujili son los adecuados?

Tabla 25.
Requisitos relativos a los servicios.

Requisitos relativos a los servicios básicos (agua potable)			
Descripción	C	NC	NA
Sumatoria esperada			4
Posee sistema de abastecimiento de agua	2		
El agua potable es apta para el consumo	2		
Sumatoria total de la tabla	4		

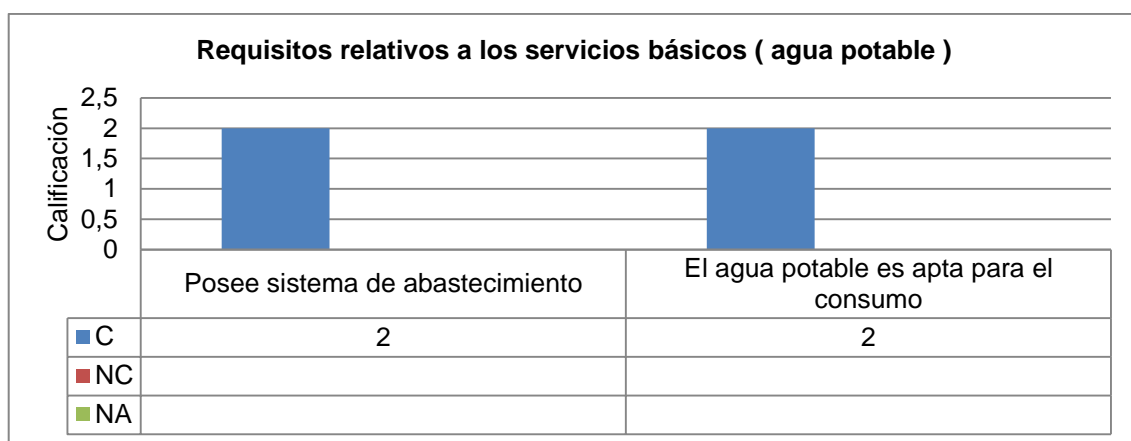


Figura 12 Requisitos relativos a los servicios

Análisis

Si en este ítem se cumpliera al 100% todos los componentes, la suma sería 4; por lo tanto cumple con los requisitos establecidos, el sistema si abastece a todos los puestos del mercado y el agua es apta para el consumo humano, lo demostró un análisis realizado en la planta de tratamiento (DIMAPAL), para verificar la información. Ver anexo 2.

Pregunta 6: En cuánto al tratamiento de los desechos sólidos cumplen con lo establecido el mercado y los puestos de comercialización?

Tabla 26.

Requisitos relativos a los servicios (desechos sólidos).

Requisitos relativos a los servicios (desechos sólidos)			
Descripción	C	NC	NA
Del mercado			
Sistema de recolección	2 (100%)		
De los puestos de comercialización			
Los desechos se retiran frecuentemente		97,1	2,9
Los basureros en buen estado		85,7	14,3

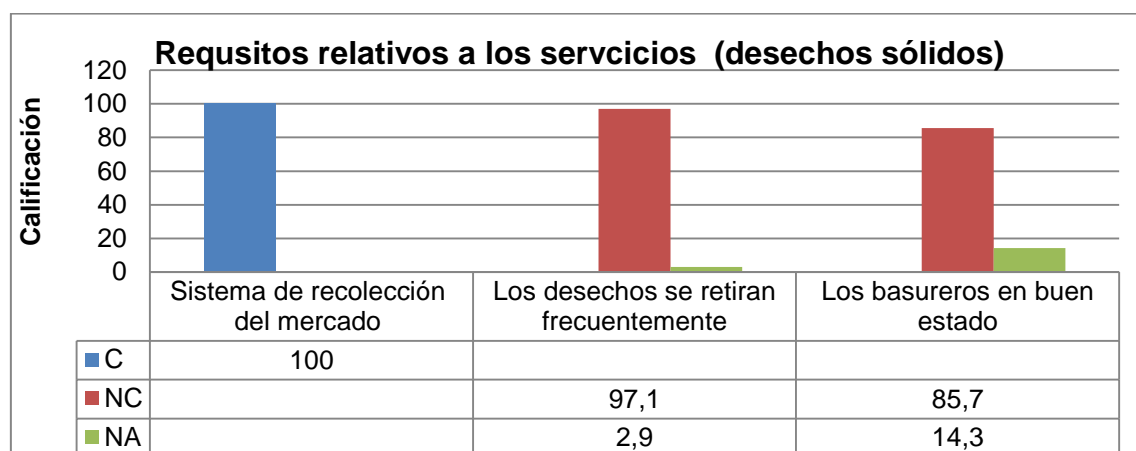


Figura 13 Requisitos relativos a los servicios (desechos sólidos)

Análisis

El mercado si cuenta con un sistema de recolección, todo lo colocan en el basurero de la parte de afuera y el recolector pasa los días lunes, miércoles y viernes. En los puestos los desechos no retiran frecuentemente solo cuando están llenos y los basureros no están en buen estado ya que están sin tapa y la basura esta a la interperie y algunos no están sobrepuestos con fundas.

Pregunta 7: Se cumple con los requisitos relativos a los equipos y utensillos de cada uno de los cubículos del mercado de Pujili?

Tabla 27.

Requisitos relativos a los equipos y utensillos.

Requisitos relativos a los equipos y utensillos			
Descripción	C	NC	NA
Equipos en buen estado	11,4	77,2	11,4
Materiales que se puedan limpiar	40	45,7	14,3
Tablas adecuadas		57,1	42,9
Lavan al final de la jornada	62,8	22,9	14,3
Lavan con detergente adecuado	48,6	37,1	14,3
Utilizan litos	20	77,1	2,9

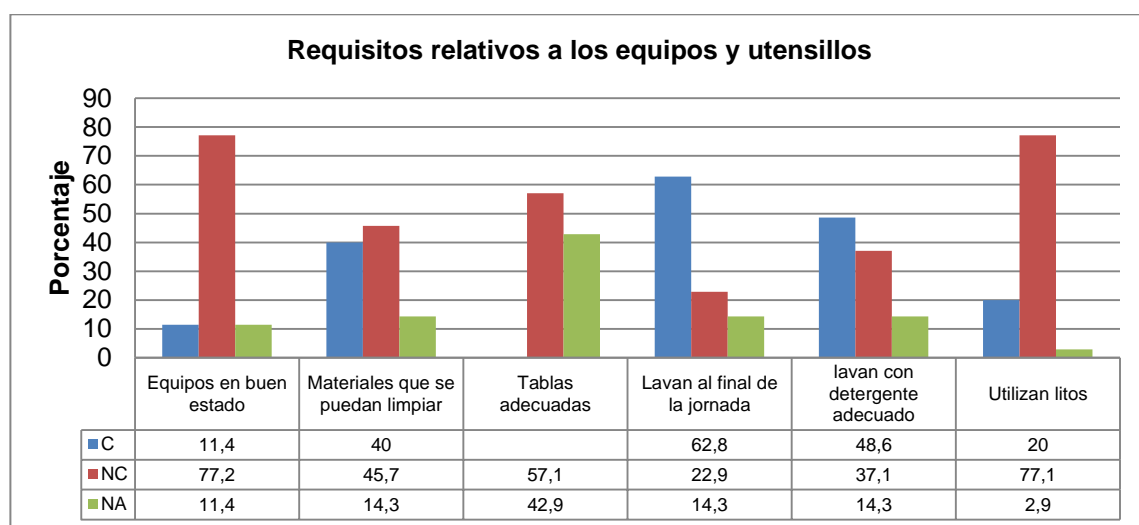


Figura 14 Requisitos relativos a los equipos y utensillos

Análisis

Las vendedoras poseen utensillos, pero no están en buen estado y su material no es el adecuado; ocupan hasta ahora tablas de madera que en la actualidad ya no es permitido, lavan todo después de la feria y ocupan la mayoría lavavajilla, para desinfectar, los litos que utilizan para limpiar no son los adecuados porque solo tienen las toallas comunes y corrientes.

Pregunta 8: Cómo evalúa los requisitos con respecto a la adquisición de la materia prima?

Tabla 28.
Requisitos relativos a la adquisición.

Requisitos relativos			
Descripción	C	NC	NA
Adquisición en áreas limpias	28,6	68,5	2,9
Carnes con sello de faenamamiento	2,9	62,8	34,3
Alimentos frescos vegetales y alimentos secos	91,4	5,7	2,9
Alimentos con garantía	5,8	77,1	17,1
Fecha de vencimiento	8,6	74,3	17,1

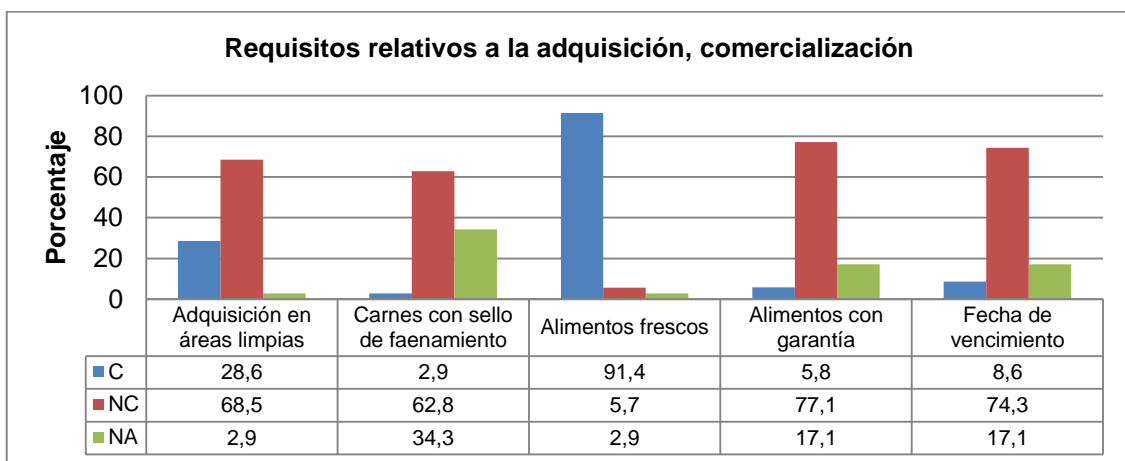


Figura 15 Requisitos relativos a la adquisición, comercialización

Análisis

La materia prima compran en el mercado o donde comúnmente llaman los caseros que sin duda alguna no poseen la adecuada higiene, las carnes no poseen el sello de faenamamiento porque no compran a un proveedor calificado, los alimentos si son frescos los que ocupan para las ensaladas, no fue posible comprobar fechas de vencimiento porque ya traen los alimentos preparados.

Pregunta 9: Cómo califica el transporte, recepción y almacenamiento que realizan las vendedoras del mercado de Pujili.

Tabla 29.

Requisitos relativos transporte, recepción y almacenamiento.

Requisitos relativos transporte, recepción y almacenamiento			
Descripción	C	NC	NA
Vehículos libres de contaminación		91,4	8,6
Áreas de recepción y almacenamiento fácil de limpiar		91,4	8,6
Alimentos perecederos están congelados	2,9	77,1	20
Almacenan en contenedores adecuados	82,8	14,3	2,9
Almacenamiento de alimentos adecuados	51,5	31,4	17,1

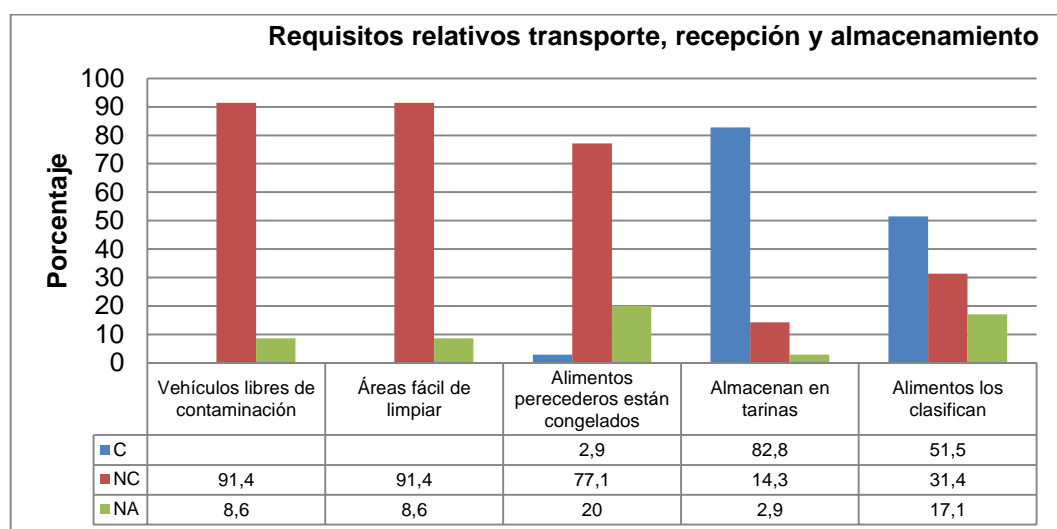


Figura 16 Requisitos relativos transporte, recepción y almacenamiento

Análisis

Los vehículos donde transportan los alimentos no son adecuados por ende existe contaminación, las áreas de recepción y almacenamiento no son fáciles de limpiar ya que no existen las adecuadas, pero aun así se hace lo posible para mantener limpio el pequeño rincón donde colocan los productos, materia prima perecedera no está congelada no poseen cuartos fríos, algunos productos si colocan en recipientes como el hornado en latas finalmente el almacenamiento es adecuado porque no mezclan lo cocido con lo crudo.

Pregunta 10: Evalúe los requisitos relativos a los puestos de comercialización

Tabla 30.

Requisitos relativos al puesto de comercialización.

Requisitos relativos al puesto de comercialización			
Descripción	C	NC	NA
Puestos limpios	100		
Mesas en buen estado	100		
Comercializan los alimentos a temperaturas adecuadas		100	
Grifo para cada puesto	100		

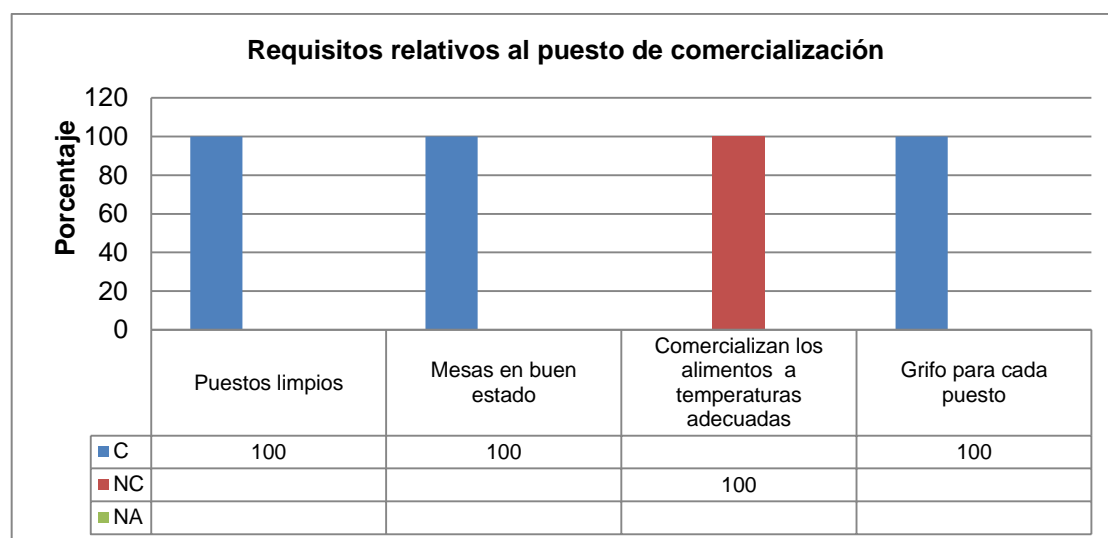


Figura 17 Requisitos relativos al puesto de comercialización

Análisis

Los puestos permanecen limpios después de la feria, las mesas están en buen estado, sin embargo hace falta revisar que sirvan los alimentos a la temperatura adecuada, el hornado principalmente lo sirven frío a las horas de la tarde y los grifos de agua si posee cada puesto, lo que facilita varias tareas.

Pregunta 11: La higiene de cada puesto de comercialización es la adecuada?

**Tabla 31.
Higiene del puesto de comercialización.**

Higiene del puesto de comercialización			
Descripción	C	NC	NA
Eliminan desechos de las superficies	97,1%		2,9%
Aplican soluciones de detergente	71,4%	25,7%	2,9%
Enjuagar con agua	94,2%	2,95%	2,9%
Otros métodos de desinfección	8,6%	82,8%	8,6%
Implementos exclusivos para limpiar	85,7%	8,6%	5,7%

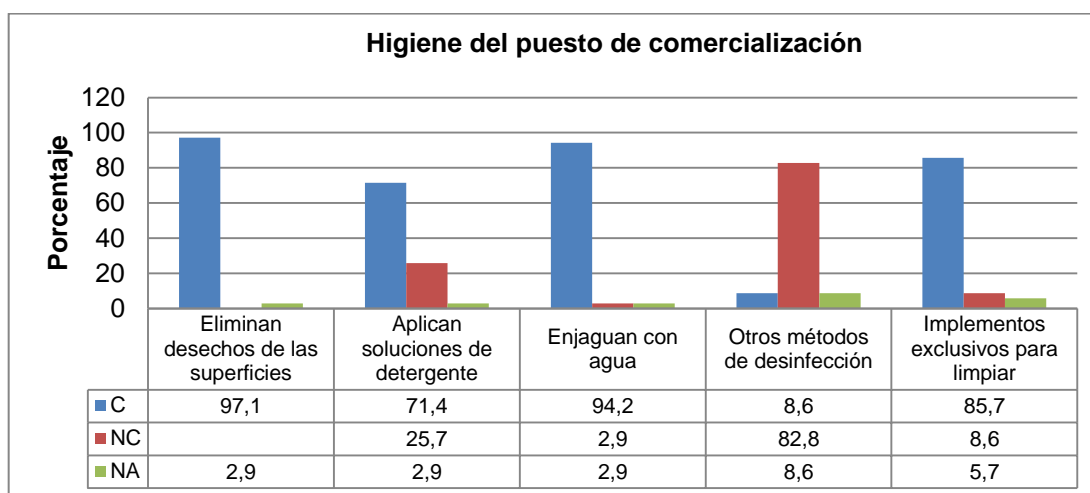


Figura 18 Higiene del puesto de comercialización

Análisis

Para iniciar la feria si limpian y retiran los desechos que existen en las superficies, aplican soluciones de detergente para limpiar y enjuagan con agua para retirar residuos de detergente, existen algunas comerciantes que ocupan otros métodos de desinfección como el agua hervida porque saca más rápido la grasa, finalmente poseen implementos exclusivos para limpieza, como guantes, cepillo y un balde o tazón para el agua.

Pregunta 12: Considera que los comerciantes de comida preparada cumplen con los requisitos para la preparación preliminar de los alimentos.

**Tabla 32.
Preparación preliminar.**

Preparación preliminar			
Descripción	C	NC	NA
Lavan los utensillos	60%	37,1%	2,9%
La mezcla de ingredientes los hacen en recipientes	60%	34,3%	5,7%
Utensillos con material tóxico	34,3%	62,8%	2,9%
Se lavan las manos frecuentemente	2,9%	94,2%	2,9%
Lavan los vegetales antes de la preparación	77,1%	17,1%	5,8%

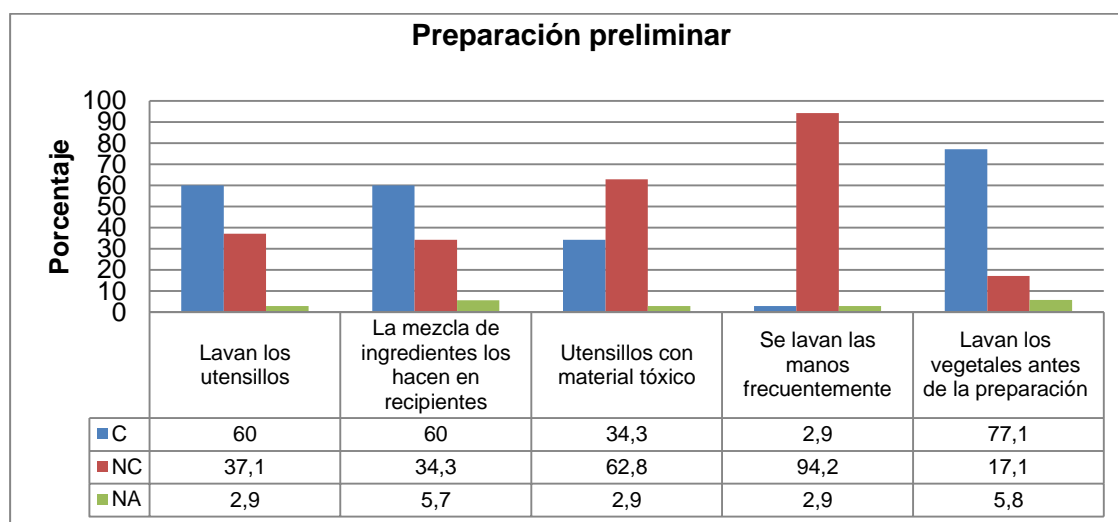


Figura 19 Preparación preliminar

Análisis

Las vendedoras de comida preparada si lavan los utensillos antes de utilizarlos en las preparaciones, la mayoría realizan la mezcla en recipientes para no tener contaminación cruzada, no poseen utensillos con material tóxico, no se lavan frecuentemente las manos para manipular los alimentos, si lavan las hortalizas antes de ocupar en las preparaciones.

Pregunta 13: La preparación de alimentos por parte de las comerciantes de comida preparada del mercado cerrado de Pujilí, están?

Tabla 33.
Preparación de alimentos.

Preparación de alimentos			
Descripción	C	NC	NA
Alimentos bien cocidos	80%		20%
Están en lugares frescos	94,3%		5,7%
Están a temperaturas seguras	80%	8,6%	11,4%
Recalientan una porción	14,3%	34,3%	51,4%
Utilizan utensillos para probar alimentos	88,6%		11,4%

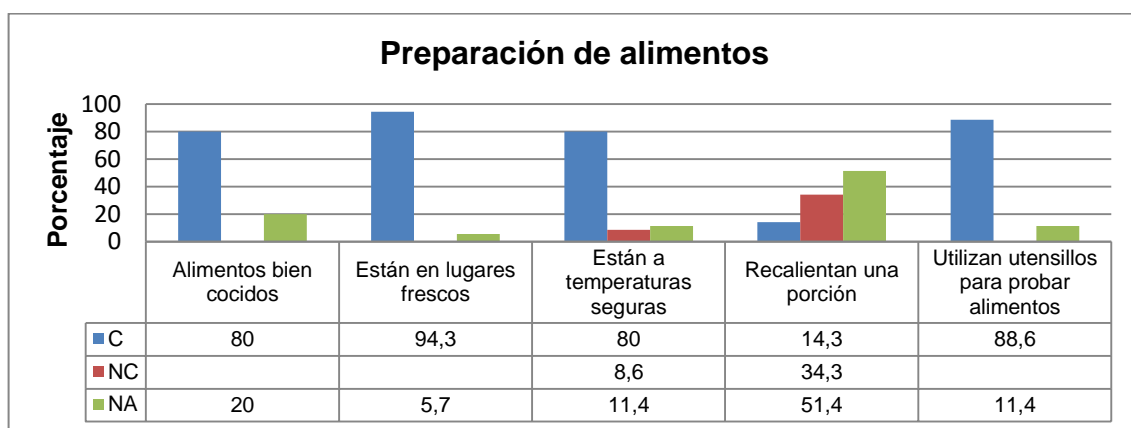


Figura 20 Preparación de alimentos

Análisis

Los alimentos que se venden en el mercado están bien cocidos pero no todos si existe el inconveniente en el hornado que lo expenden frio, las cosas están en lugares frescos y a temperaturas seguras; nadie recalienta solo porciones, finalmente si utilizan utensillos para probar los alimentos excepto las señoras que venden mote que no utilizan nada.

Pregunta 14: Considera que la protección y servicios de alimentos es la adecuada por parte de los comerciantes de comida preparada.

**Tabla 34.
Protección y servicio de alimentos.**

Protección y servicio de alimentos			
Descripción	C	NC	NA
Alimentos protegidos en vitrinas	25,7%	62,9%	11,4%
Ocupan vajilla adecuada	77,1%	20%	2,9%
Lo que llevan a casa, llevan tapado	88,5%	8,6%	2,9%
Manipulan con utensillos	40%	57,1%	2,9%
Manipulan dinero y alimentos	51,4%	45,7%	2,9%

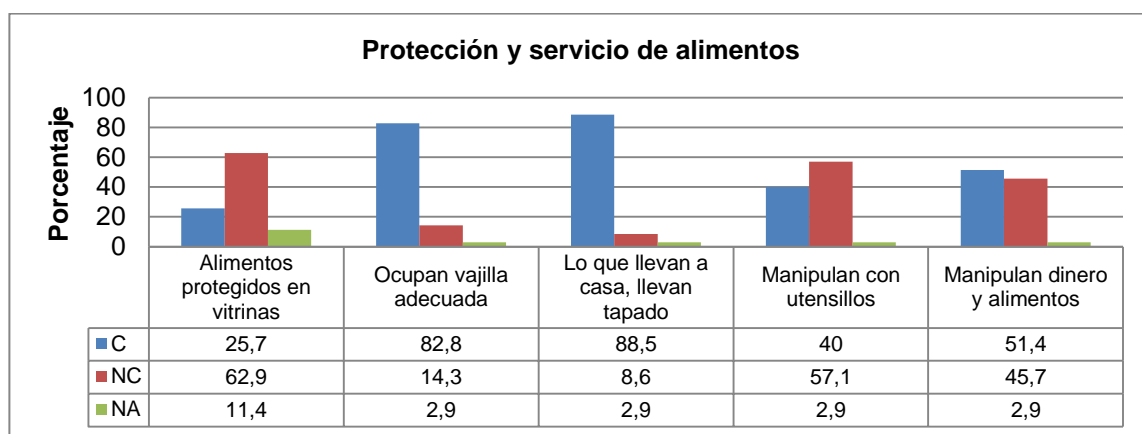


Figura 21 Protección y servicio de alimentos

Análisis

Debido a la informalidad del mercado es por esta razón que la mayoría de los comerciantes no poseen los mismos dentro de vitrinas, la vajilla es la adecuada pero hace falta incentivarles a todos que ocupen desechables, el restante de la comida se transporta en recipientes tapados para evitar la contaminación, es muy notorio que no utilizan utensillos para manipular alimentos y un peligro latente es manipular al mismo tiempo dinero y alimentos.

Pregunta 15: La higiene de los comerciantes de comida preparada es la adecuada?

**Tabla 35.
Higiene de los manipuladores de alimentos.**

Higiene de los manipuladores de alimentos			
Descripción	C	NC	NA
Certificado ocupacional	100%		
Usa vestimenta adecuada	94,2%	2,9%	2,9%
La vestimenta es de color blanco	2,9%	94,2%	2,9%
Mantiene el cabello recogido	94,2%	2,9%	2,9%
Usan mascarillas		97,1%	2,9%
Uñas cortas sin esmalte	57,1%	40%	2,9%
No usan joyas	60%	37,1%	2,9%
Fuma, come, mastica chicle	5,7%	91,4%	2,9%

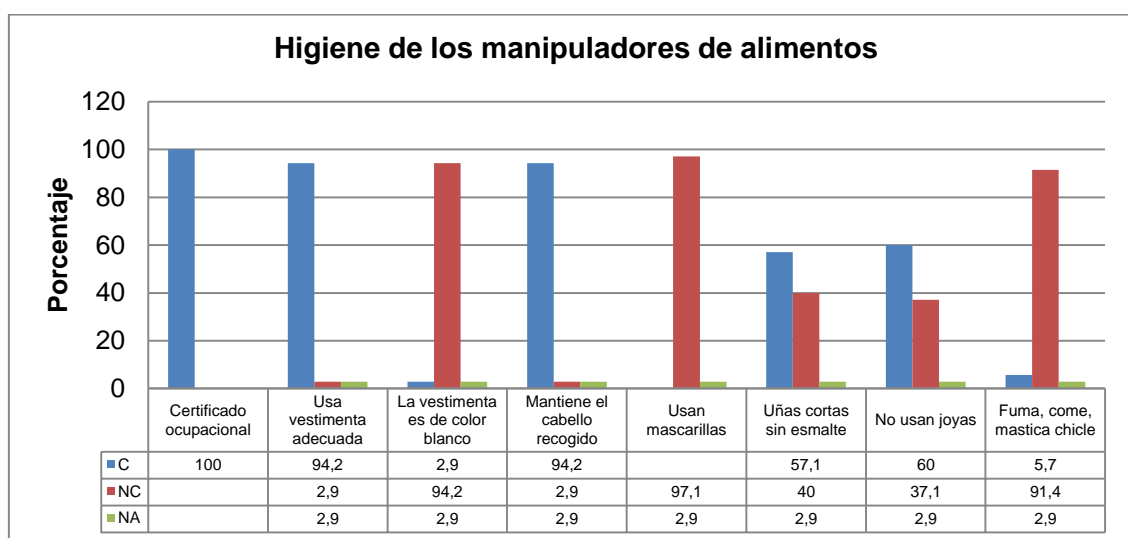


Figura 22 Higiene de los manipuladores de alimentos

Análisis

Todas las vendedoras poseen el certificado de salud, la mayoría utiliza vestimenta adecuada para las actividades; poseen varios uniformes pero ninguno es de color blanco, el cabello si lo tienen recogido; seguidamente no usan mascarillas, las uñas no están cortas, manifestaron que es por coquetería, no usan joyas mayoría y no comen mientras sirven los alimentos.

Pregunta 16: Los cubículos del mercado de Pujili cumplen con los requisitos de limpieza y desinfección de sus áreas de trabajo?

Tabla 36.

Requisitos relativos a la limpieza y desinfección.

Requisitos relativos a la limpieza y desinfección			
Descripción	C	NC	NA
Programa de limpieza		100%	
Se verifica el programa de limpieza		100%	
Los productos químicos están registrados	25,7%	62,9%	11,4%
Almacenan los productos separados de alimentos	17,1%	71,5%	11,4%

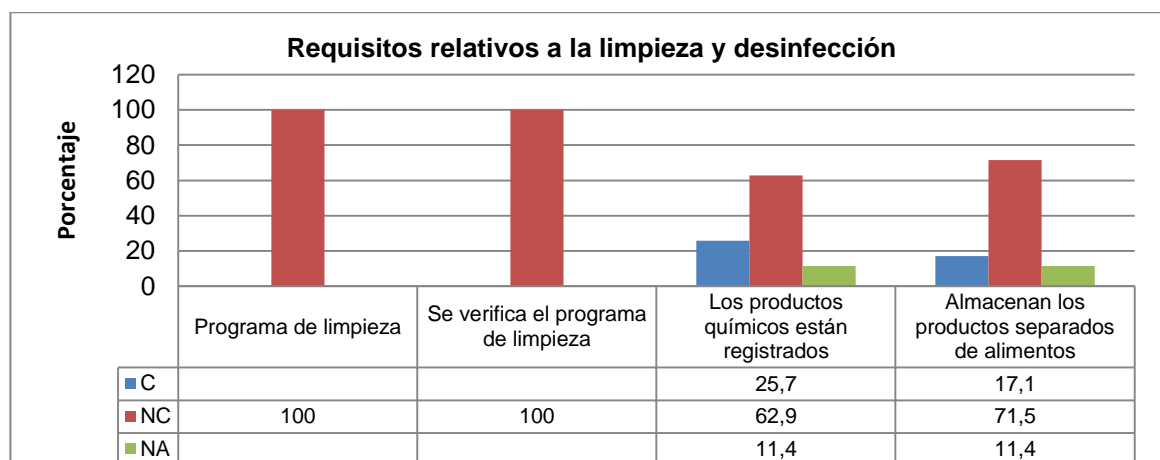


Figura 23 Requisitos relativos a la limpieza y desinfección

Análisis

Las comerciantes de comida preparada no poseen un programa definido de limpieza y tampoco les verifican que realicen el programa, ya que las autoridades no tienen el control debido, por otro lado los productos químicos que utilizan son los adecuados porque son los que venden comúnmente en tiendas y supermercados finalmente no los almacenan por separado porque están en el mismo lugar que los productos a utilizarse en las preparaciones.

Pregunta 17: Los comerciantes de comida preparada cumplen con lo establecido para evitar plagas y roedores.

Tabla 37.

Requisitos relativos al control de plagas y roedores.

Requisitos relativos al control de plagas y roedores			
Descripción	C	NC	NA
Programa de control de plagas		100%	
Los plaguicidas son registrados		91,4%	8,6%
Cada vendedor tiene medidas de prevención	28,6%	68,5%	2,9%
Alimento contaminado, se bota	94,2%	2,9%	2,9%

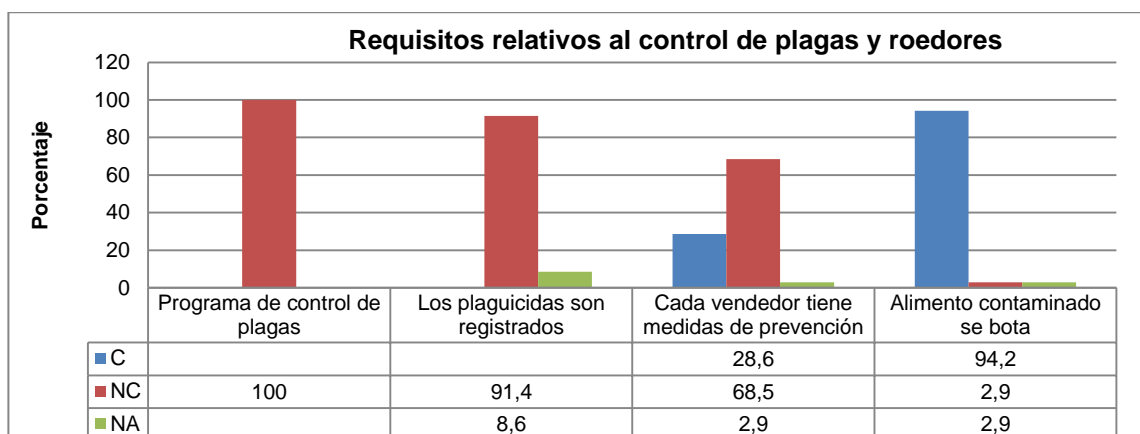


Figura 24 Requisitos relativos al control de plagas y roedores

Análisis

Las vendedoras no poseen un programa para controlar las plagas, de igual forma no tienen el material necesario como plaguicidas para realizar la limpieza; por lo tanto no poseen medidas de prevención, lo único que si cumplen es que no utilizan los alimentos contaminados los botan. La única variable que si cumplen es que los alimentos que están deteriorados los botan.

Pregunta 18: Las autoridades cumplen con dictarles capacitaciones en temas específicos para las comerciantes de comida preparada.

**Tabla 38.
Capacitaciones.**

Capacitaciones			
Descripción	C	NC	NA
Ha recibido capacitaciones por las autoridades	100%		
Existen programas de entrenamiento específicos		100%	

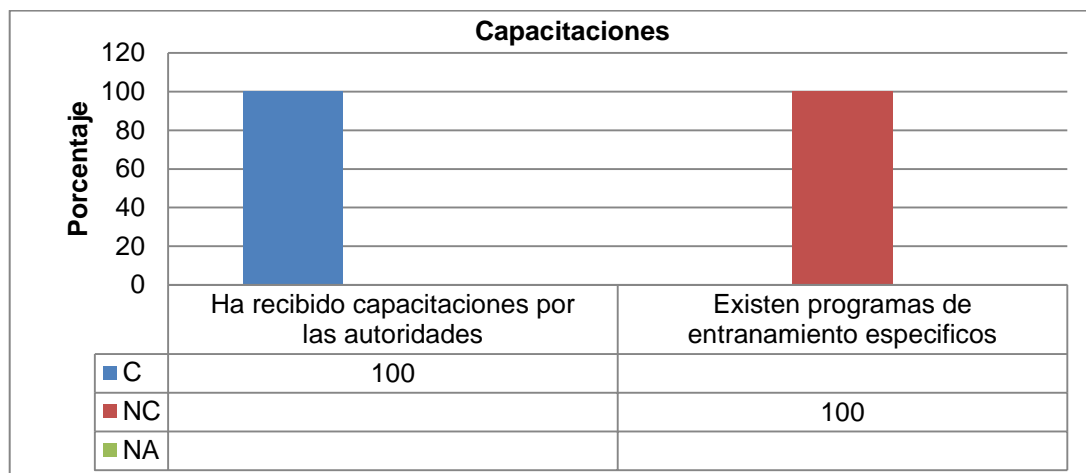


Figura 25 Capacitaciones

Análisis

Las autoridades del mercado, si les otorga capacitaciones pero sobre las ordenanzas y leyes a cumplir como vendedoras, el problema está en que no reciben capacitaciones con temas netamente de manipulación de alimentos, es lo primordial para mantener un servicio de calidad.

Pregunta 19: Se cumple con los requisitos de aseguramiento de la inocuidad.

Tabla 39.

Requisitos relativos al aseguramiento de la inocuidad.

Requisitos relativos al aseguramiento de la inocuidad			
Descripción	C	NC	NA
Programa de aseguramiento y control		100%	
Los responsables supervisan		100%	

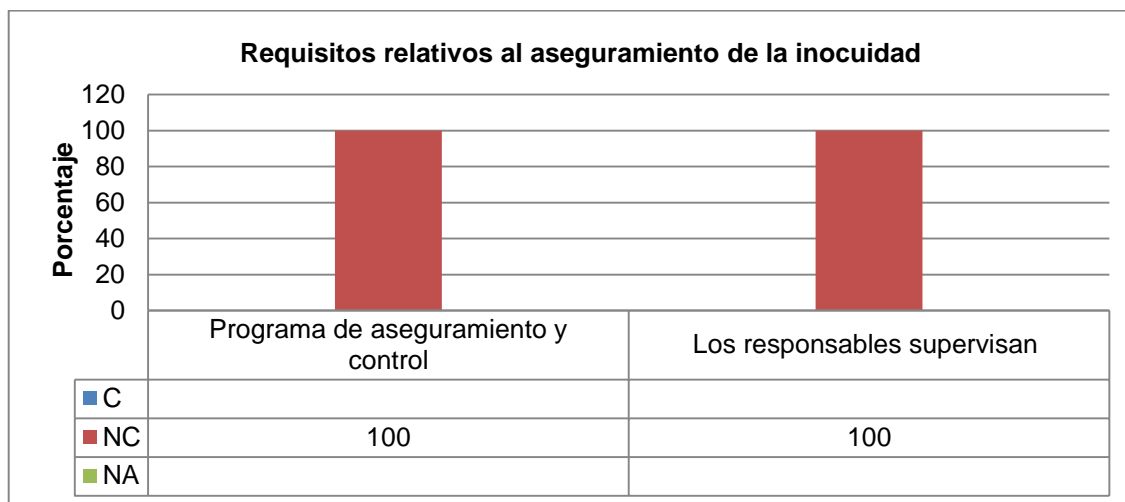


Figura 26 Requisitos relativos al aseguramiento de la inocuidad

Análisis

No posee un programa de control y aseguramiento de inocuidad, seguidamente también las autoridades responsables no supervisan programas que favorecen al patio de comidas, para un buen servicio.

2.9.4.- Hallazgos de la ficha de observación

- Las instalaciones sanitarias son buenas, se debe realizar gestiones para que tengan lo adecuado, papel, toallas desechables para manos o de ser posible un secador automático, jabón líquido y desinfectante y lo más importante darle una mejor imagen.
- El agua es potable y apta, para el consumo humano; lo demuestra los análisis bacteriológicos realizados en la planta de tratamiento de la ciudad de Latacunga.
- Necesitan contar con un sistema de recolección aceptable y diferenciada, para desechos sólidos, plásticos y desechos orgánicos.
- Las capacitaciones son un punto muy importante para mantener un servicio de calidad, ya que la manipulación de alimentos lo hacen hasta ahora empíricamente y eso se debe mejorar.
- Tener proveedores que transmitan confianza y que tengan los permisos correspondientes para realizar el faenamiento.
- Mantener cada alimento a las temperaturas adecuadas para que perjudique a la salud del consumidor.
- No permitir el ingreso de los animales callejeros, porque interviene en la imagen del mercado, a los clientes no les gusta que existan mientras se sirven sus alimentos.

2.9.5.- Análisis de los resultados del método SERVQUAL.

Pregunta 1: Género

Tabla 40.
Género.

Género					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	166	57,0	57,0	57,0
	Femenino	125	43,0	43,0	100,0
	Total	291	100,0	100,0	

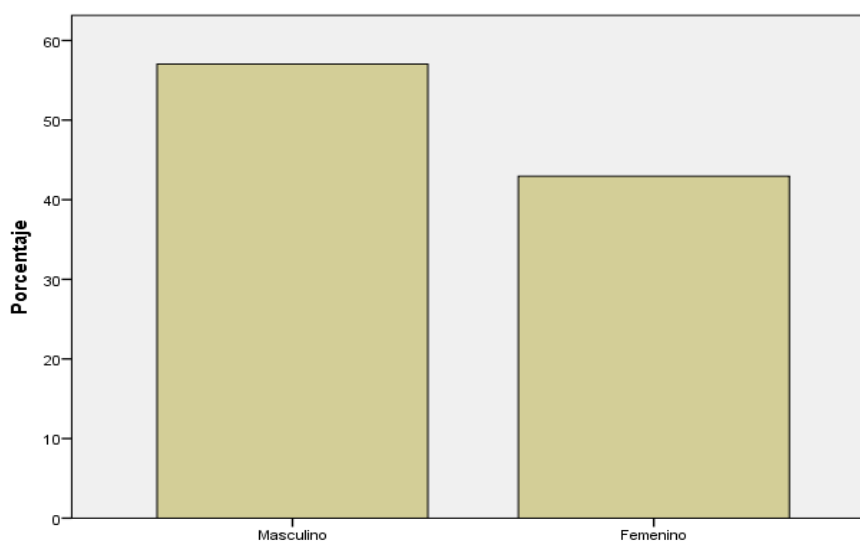


Figura 27 Género

Análisis

De las 291 personas encuestadas que representan el 100%, género femenino es un 43% y género masculino es el 57%; son las personas que acuden al mercado los días de feria.

Pregunta 2: Edad

Tabla 41.
Edad.

		Edad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-25	41	14,1	14,1	14,1
	26-33	89	30,6	30,6	44,7
	34-41	69	23,7	23,7	68,4
	42-49	52	17,9	17,9	86,3
	50-56	24	8,2	8,2	94,5
	57-64	13	4,5	4,5	99,0
	65-72	3	1,0	1,0	100,0
	Total	291	100,0	100,0	

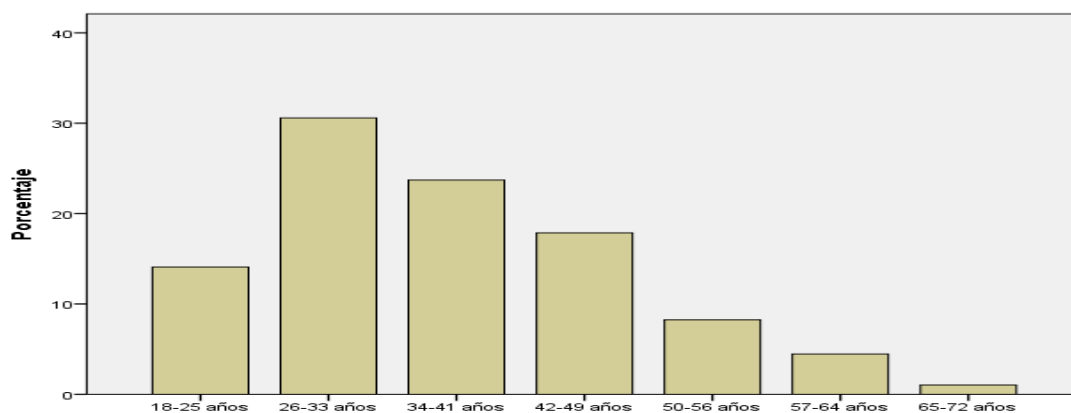


Figura 28 Edad

Análisis

Del 100% de las personas encuestadas, el 14,1% son de 18 a 25 años; 30,6% es el rango de 26 a 33 años, un 23,7% son de 34 a 41 años; mientras tanto el 17,9% de 42 a 49 años; seguidamente 8,2% tienen 50 a 56 años de edad; posteriormente un 4,5% son de 57 a 64 años y finalmente el 1% son adultos mayores con edades que oscilan entre 65 y 72 años de edad.

Pregunta 3: Nacionalidad

Tabla 42.
Nacionalidad.

Nacionalidad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ecuatoriana	291	100,0	100,0	100,0

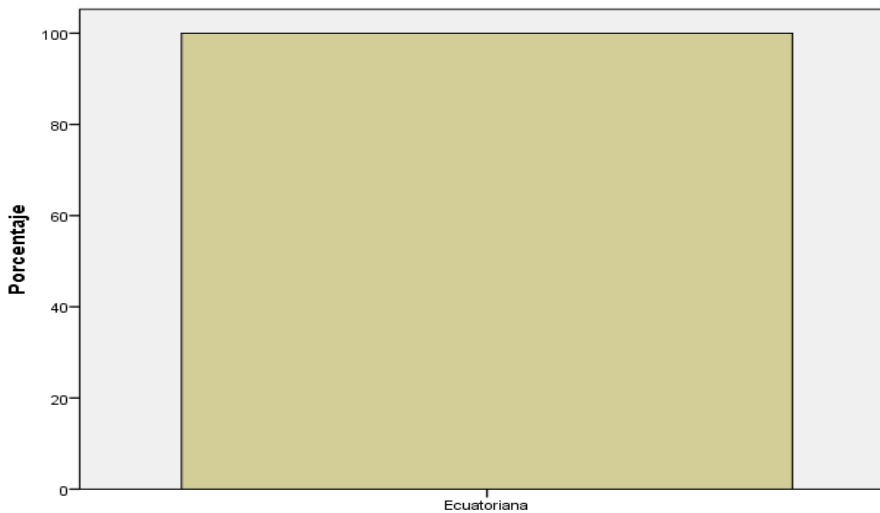


Figura 29 Nacionalidad

Análisis

Todas las personas encuestadas que son las 291, representan el 100% son ecuatorianas, ya que extranjeros solo pasan al patio de comidas para tomar fotos a los típicos horados y salen a pocos minutos.

Pregunta 4: Elementos tangibles (equipamiento de aspecto moderno, instalaciones visualmente atractivas, apariencia del personal, elementos tangibles atractivos).

**Tabla 43.
Elementos tangibles.**

Elementos tangibles			
Preguntas	P	E	I
El equipamiento (sillas, mesas, entre otros (posee aspecto moderno.	4	4	3,84
Instalaciones físicas (la infraestructura del lugar es agradable)	3	4	3,85
Apariencia pulcra de los colaboradores	3	4	3,79
Elementos tangibles atractivos (menú, servilletas, temática del lugar).	3	4	3,77

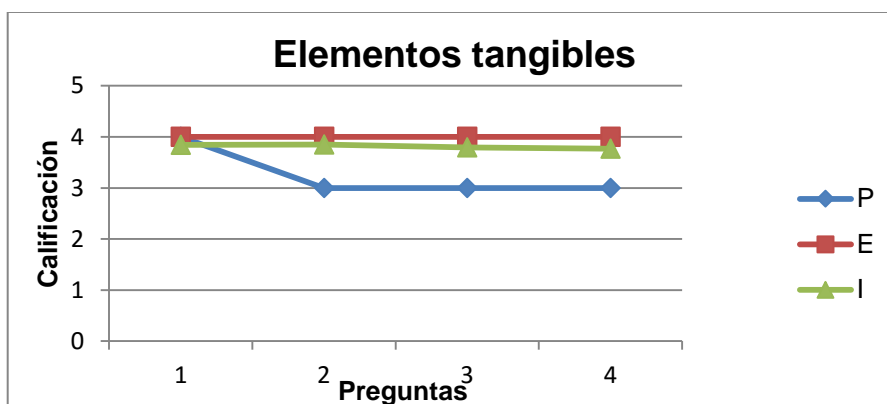


Figura 30 Elementos tangibles

Análisis

El resultado final de elementos tangibles en percepción de 4 baja a 3, lo que quiere decir, que está regular; es decir el cliente está casi satisfecho con lo que recibió, hace falta mejorar el servicio que se brinda dentro del patio de comidas. La expectativa se encuentra en una equivalencia de 4, el cliente espera que el servicio sea bueno. Finalmente para la interpretación de la importancia el valor es de 4, por lo que se estima que el cliente considera a los elementos tangibles muy importantes para su satisfacción.

Pregunta 5: Fiabilidad (cumplimiento de promesas, interés en la resolución de problemas, realizar el servicio a la primera, concluir con el plazo prometido, no cometer errores).

**Tabla 44.
Fiabilidad.**

Fiabilidad			
Preguntas	P	E	I
Cumplimiento de promesas (se presta en servicio adecuadamente)	3	4	4,02
Interés en la resolución de problemas (si existe algo, le ayuda el personal).	4	4	3,86
Realizar el servicio a la primera (le atiende inmediatamente)	4	4	3,84
Concluir con el plazo prometido (se brinda el servicio en 15 min)	3	4	3,82
No cometer errores (se presta el servicio sin inconvenientes)	3	4	3,81

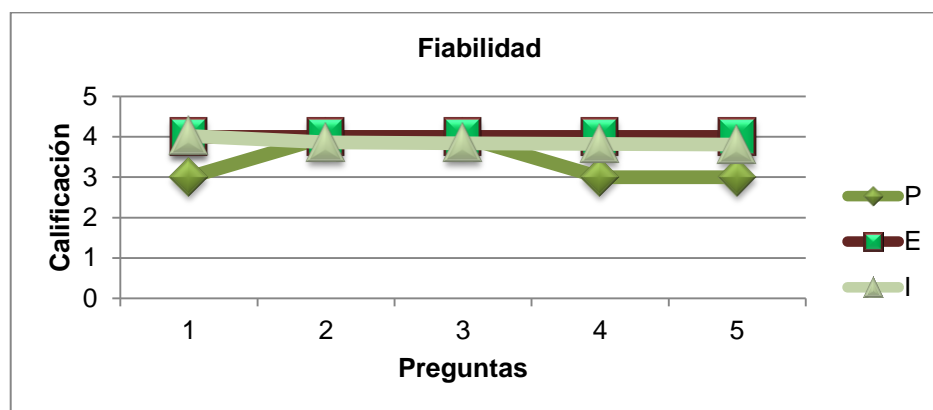


Figura 31 Fiabilidad

Análisis

En cuanto a los resultados de fiabilidad, la expectativa lo que el cliente desea recibir esta en un puntaje 4, el cliente recibe lo que deseaba. La percepción va de una calificación de 3 a 4; lo que representa que vio la fiabilidad buena dentro del patio de comidas del mercado de Pujilí, finalmente la interpretación de la importancia es 4, consideran como punto importante para la satisfacción del cliente.

Pregunta 6: Capacidad de respuesta (vendedoras comunicativas, personal rápido, personas dispuestas ayudar, personal informado).

**Tabla 45.
Capacidad de respuesta.**

Capacidad de respuesta			
Preguntas	P	E	I
Vendedoras comunicativas (ayudan con información que se requiere)	4	4	3,93
Personal rápido (la persona que le atiende es ágil y veloz)	4	4	3,87
Personas dispuestas ayudar (las vendedoras tienen la predisposición de ayudar al cliente)	3	4	3,86
Personal informado (le ayudan con la información requerida)	4	4	3,86

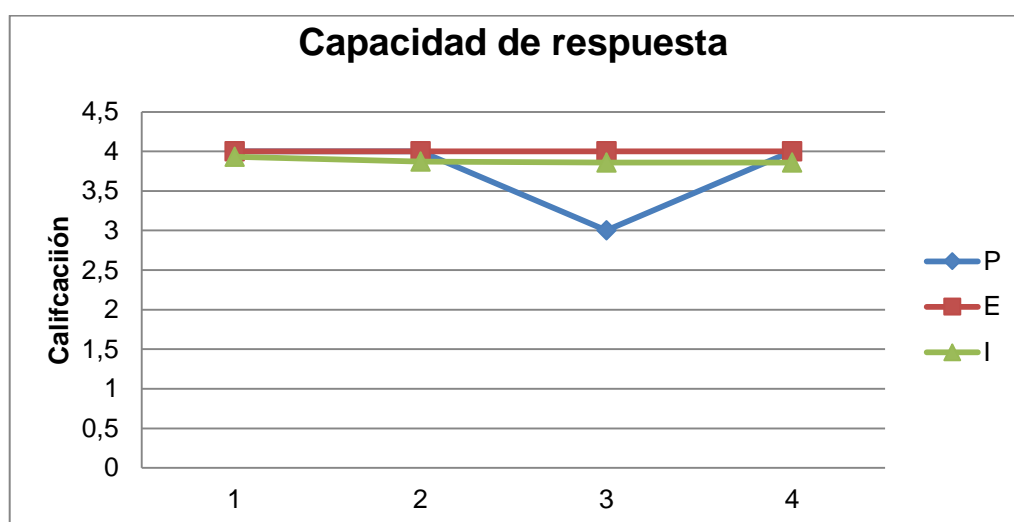


Figura 32 Capacidad de respuesta

Análisis

El análisis completo de la capacidad de respuesta demuestra en las expectativas un total de 4, demuestra que el cliente percibe el servicio como se imagino, la percepción con una calificación 3; el consumidor no está satisfecho con el servicio que recibió en capacidad de respuesta. Finalmente para interpretar la importancia se localiza en 4 lo que demuestra que para el comprador es bueno para su plena satisfacción.

Pregunta 7: Seguridad (vendedoras que transmiten confianza, clientes seguros con su proveedor, personal amable, personal bien formado).

**Tabla 46.
Seguridad.**

Seguridad			
Preguntas	P	E	I
Vendedoras que transmiten confianza (las vendedoras son confiables)	3	4	3,91
Clientes seguros con su proveedor (las instalaciones son seguras)	4	4	3,86
Personal amable (el personal es respetuoso)	4	4	3,80
Personal bien formado (las vendedoras son competentes y profesionales)	4	4	4,05

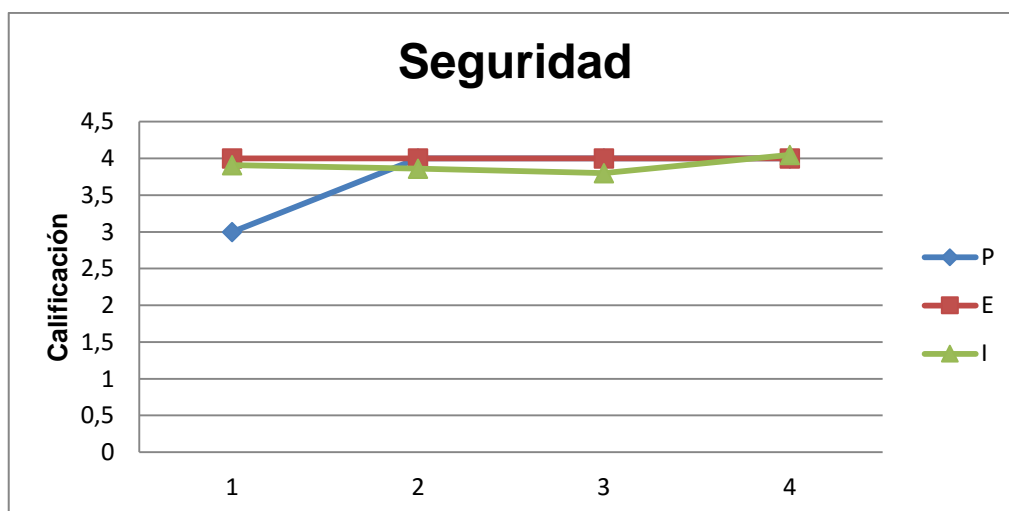


Figura 33 Seguridad

Análisis

El análisis total de seguridad demuestra que el cliente en las expectativas tiene un puntaje de 4 porque espera recibir un buen servicio, la percepción con un valor de 4; vio el servicio bueno y está satisfecho con lo que recibió. Seguidamente la interpretación de la importancia es de 4 aproximadamente lo que hace referencia que el consumidor califica de bueno a la seguridad, todos tienen el derecho de recibir seguridad al momento de comprar alimentos.

Pregunta 8: Empatía (atención individualizada, horario conveniente, atención personalizada, preocupación por el cliente, comprensión en las necesidades del cliente).

**Tabla 47.
Empatía.**

Empatía			
Preguntas	P	E	I
Atención individualizada al cliente (atención específica)	4	4	3,96
Horario conveniente (el horario de atención se adapta a su necesidad)	3	3	3,89
Atención personalizada de los colaboradores (presta el servicio personificado)	4	4	3,87
Preocupación por los intereses del cliente	4	4	3,88
Comprensión de las necesidades del cliente.	4	4	3,84

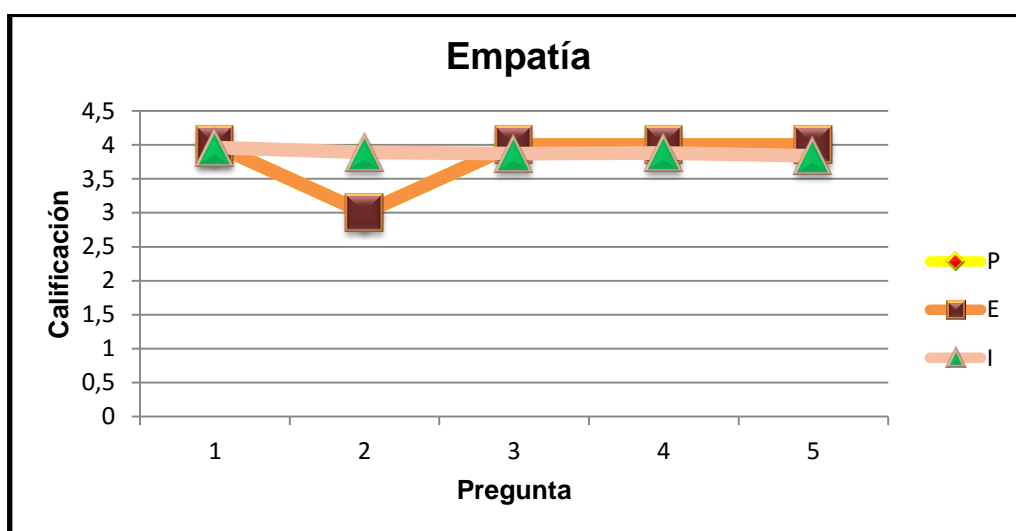


Figura 34 Empatía

Análisis

Los resultados finales de empatía son, la expectativa y la percepción coinciden va desde una calificación de 3 a 4, lo que demuestra que el cliente está en un estándar bueno con el servicio que esperaba recibir y con lo que recibió. Seguidamente el cliente manifiesta que es buena la empatía para sentirse plenamente satisfecho con el servicio.

Pregunta 9: Grafique las brechas notables de las dimensiones del método SERVQUAL.

Tabla 48.
Brechas notables en las dimensiones.

Brechas notables en las dimensiones	
Atributo	Brecha
Instalaciones físicas	-1
Apariencia pulcra de los colaboradores	-1
Elementos tangibles	-1
Cumplimiento de promesas	-1
Concluir con el plazo prometido	-1
No cometer errores	-1
Personas dispuestas ayudar	-1
Atención individualizada	-1

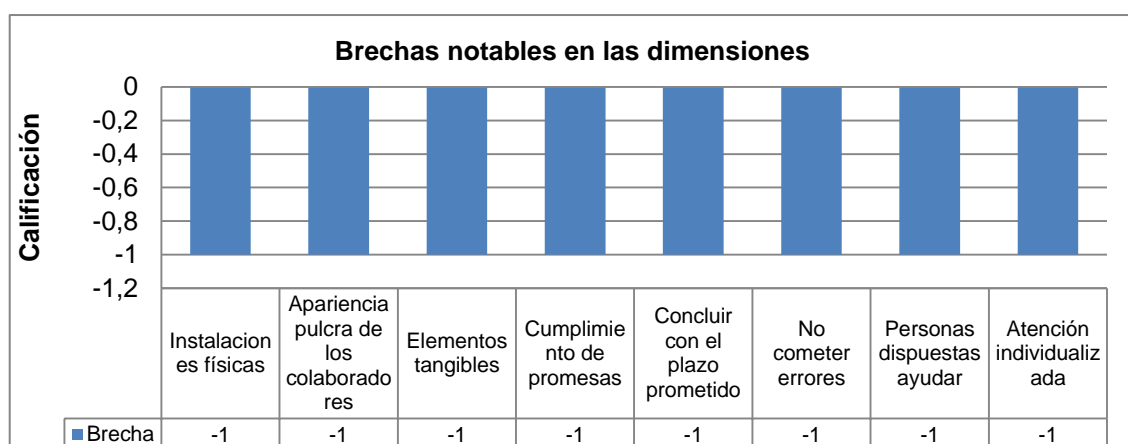


Figura 35 Brechas notables en las dimensiones

Análisis

En el análisis de las brechas o diferencia entre percepciones y expectativas se obtuvo de los veinte y dos atributos de la calidad del servicio, ocho tuvieron brechas notables, las mismas que son negativas que no llegan a cubrir los niveles de satisfacción del cliente, al contacto directo con el servicio. Es importante saber que los consumidores no están de acuerdo con todo y se debe trabajar mucho para mejorar la calidad y dar al cien por ciento la satisfacción.

2.9.6.- Hallazgos de la encuesta del método SERVQUAL.

- Mejorar las técnicas de manipulación de alimentos, para que el cliente se sienta satisfecho con el servicio que percibe.
- Incentivarles a organizarse correctamente para lograr arreglos en la infraestructura del patio de comidas.
- Exponer a las autoridades a que se preocupen por tener una mejor higiene en las afueras del mercado, porque da un mal aspecto al mercado e interfiere en la contaminación de los alimentos.
- Optimizar el tiempo en que se demoran para servir al cliente.
- Mejorar el servicio que se presta dentro del patio de comidas del mercado cerrado de la ciudad de Pujili.

2.9.7.- Matriz final del método SERVQUAL.

Tabla 49.

Tabla resumen de SERVQUAL.

Atributos de la calidad en el servicio	Percepción	Expectativas	Importancia	Brecha	ICS
Elementos tangibles					
El equipamiento (sillas, mesas, entre otros (posee aspecto moderno).	4	4	3,84	0	0
Instalaciones físicas (la infraestructura del lugar es agradable)	3	4	3,85	-1	-3,85
Apariencia pulcra de los colaboradores	3	4	3,79	-1	-3,79
Elementos tangibles atractivos (menú, servilletas, temática del lugar).	3	4	3,77	-1	-3,77
Moda de la dimensión elementos tangibles	3	4	3,81		
Fiabilidad					
Cumplimiento de promesas (se presta en servicio adecuadamente)	3	4	4,02	-1	-4,02
Interés en la resolución de problemas (si existe algo, le ayuda el personal).	4	4	3,86	0	0
Realizar el servicio a la primera (le atiende inmediatamente)	4	4	3,84	0	0
Concluir con el	3	4	3,82	-1	-3,82

CONTINÚA →

plazo prometido (se brinda el servicio en 15 min)					
No cometer errores (se presta el servicio sin inconvenientes)	3	4	3,81	-1	-3,81
Moda de la dimensión fiabilidad	3	4	3,87		
Capacidad de respuesta					
Vendedoras comunicativas (ayudan con información que se requiere)	4	4	3,93	0	0
Personal rápido (la persona que le atiende es ágil y veloz)	4	4	3,87	0	0
Personas dispuestas ayudar (las vendedoras tienen la predisposición de ayudar al cliente)	3	4	3,86	-1	-3,86
Personal informado (le ayudan con la información requerida)	4	4	3,86	0	0
Moda de la dimensión capacidad de respuesta	4	4	3,88		
Seguridad					
Vendedoras que transmiten confianza (las vendedoras son 0confiables)	3	4	3,91	0	0
Clientes seguros con su proveedor (las instalaciones son seguras)	4	4	3,86	0	0
Personal amable (el personal es respetuoso)	4	4	3,80	0	0
Personal bien	4	4	4,05	0	0

CONTINÚA →

formado (las vendedoras son competentes y profesionales)					
Moda de la dimensión seguridad	4	4	3,90		
Empatía					
Atención individualizada al cliente (atención específica)	4	4	3,86	-1	-3,86
Horario conveniente (el horario de atención se adapta a su necesidad)	3	3	3,89	0	0
Atención personalizada de los colaboradores (presta el servicio personificado)	4	4	3,87	0	0
Preocupación por los intereses del cliente	4	4	3,88	0	0
Comprensión de las necesidades del cliente.	4	4	3,84	0	0
Moda de la dimensión empatía	4	4	3,88		0

ICS GLOBAL = -1,4.

Análisis: El índice global de la calidad indica que existe una deficiencia en la calidad del servicio, ya que existe un valor negativo; lo que demuestra, que dos de sus dimensiones están fallando, por lo cual se tiene que tomar medidas correctivas para mejorarlas.

2.9.8.- Análisis del focus group.

INFORME DEL FOCUS GROUP

El domingo 04 de septiembre del 2016, en la ciudad de Pujilí se llevo a cabo las degustaciones con la presencia de 8 expertos gastronómicos, de las escuelas más reconocidas de la ciudad de Latacunga, todos con título; sus nombres se detallan a continuación:

Tabla 50.
Jurado presente en la degustación.

Juez	Nombres y Apellidos	Edad	Título	Institución a la que pertenece
1	Ángel Maldonado	25	Chef	Host School
2	Daniela Tapia	18	Chef	Host School
3	Alejandro Pacheco	29	Magister en pastelería y repostería	Host School
4	Carlos Ramos	24	Chef	Gusteau
5	Fernando Mena	25	Tecnólogo en gastronomía	Gusteau
6	Jesús Pastor Tobar	53	Chef	Gusteau
7	Gladys Salguero	30	Tecnóloga en gastronomía	Gusteau
8	Andrea Vaca	21	Chef	Gusteau

La concentración estaba prevista a las 8:00 am, por casos fortuitos comenzó a las 8:30 am, se realizó un recorrido por el mercado, para mostrarles el desarrollo de la feria, el comportamiento de los vendedores, la utilización de los utensilios como es la feria, el comportamiento de las vendedoras y la manipulación de los alimentos por parte de los comerciantes del patio de comidas; reiterándoles a los comerciantes que el objetivo de la visita no es invadir las ideas sus espacios sino ayudarles a mejorar los procesos de

manipulación de alimentos. Siendo las 8:48 se comienza con las degustaciones de los platillos con el siguiente orden:

Tabla 51.
Orden de degustación

A) Bebidas	B) Sopas	C) Plato fuerte	D) Cucayos
1.- Jugo de Guanabana	5.- Caldo de pata	7.- Tortillas con hornado	8.- Tamales
2.- Batido levanta muertos	6.- Caldo de gallina criolla		9.- Morcillas
3.- Come y bebe			10.- Mote con chicharrón
4.- Chaguarmishqui			

2.9.9.- Análisis de los resultados de las degustaciones.

Pregunta 1: Sobre las características a evaluar emita su criterio a cerca del jugo de Guanabana.

Tabla 52.

Análisis sensorial del jugo de guanabana.

Análisis sensorial jugo de guanabana					
Características a evaluar	Mala	Regular	Aceptable	Buena	Muy buena
Presentación			25%	62,5%	12,5%
Frescura de los alimentos			12,5%	75%	12,5%
Olor			12,5%	75%	12,5%
Sabor			37,5%	50%	12,5%
Temperatura del servicio de los alimentos			25%	37,5%	37,5%
Servicio estandarizado			12,5%	75%	12,5%

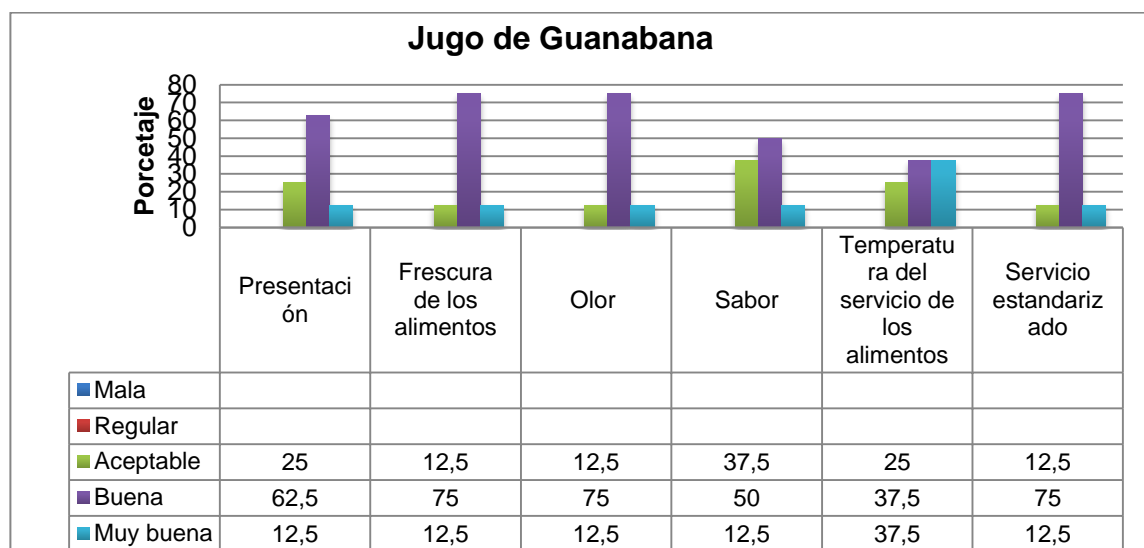


Figura 36 Análisis sensorial jugo de guanabana

Análisis

Según el juicio de los expertos el jugo de guanabana posee una presentación, olor, sabor y temperatura buena; los alimentos que ocupan son frescos. Finalmente el servicio es bueno puesto que no importa la situación, todos reciben el mismo trato.

Pregunta 2: Sobre las características a evaluar emita su criterio a cerca del come y bebe.

Tabla 53.

Análisis sensorial del come y bebe.

Análisis sensorial del come y bebe					
Características a evaluar	Mala	Regular	Aceptable	Buena	Muy buena
Presentación			37,5%	50%	12,5%
Frescura de los alimentos				62,5%	37,5%
Olor			25%	25%	50%
Sabor			12,5%	37,5%	50%
Temperatura del servicio de los alimentos			25%	12,5%	62,5%
Servicio estandarizado			12,5%	62,5%	25%

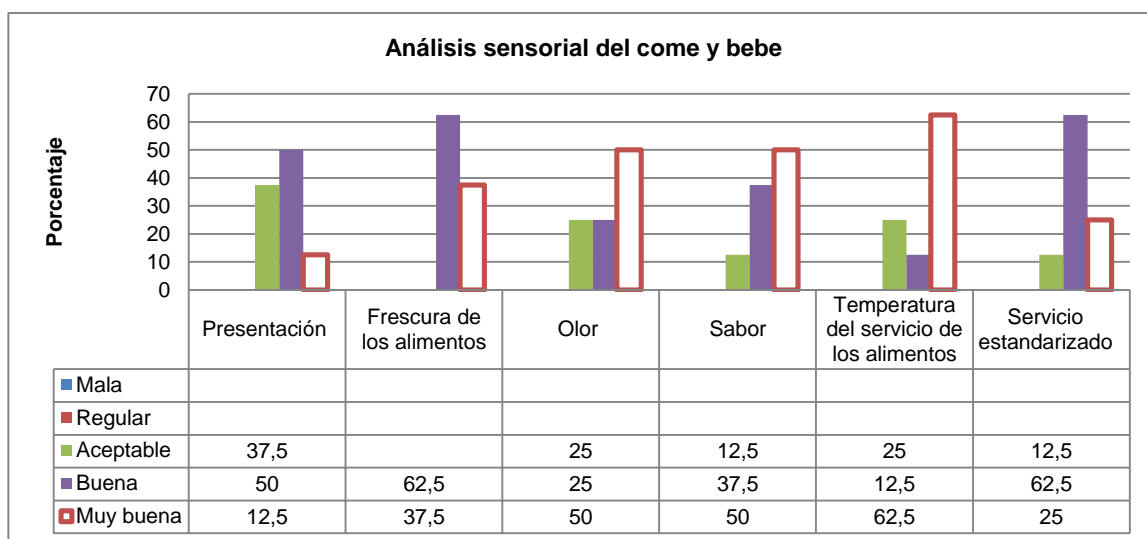


Figura 37 Análisis sensorial del come y bebe

Análisis

Para el paladar de los expertos la bebida tiene una presentación, fresca son buenas; el olor, sabor y temperatura son muy buenos, finalmente el servicio es bueno porque todos reciben el mismo trato.

Pregunta 3: Sobre las características a evaluar emita su criterio a cerca del batido levanta muertos.

Tabla 54.

Análisis sensorial del batido levata muerto.

Análisis sensorial del batido levanta muertos					
Características a evaluar	Mala	Regular	Aceptable	Buena	Muy buena
Presentación			37,5%	62,5%	
Frescura de los alimentos			12,5%	50%	37,5%
Olor			25%	50%	25%
Sabor				37,5%	62,5%
Temperatura del servicio de los alimentos			25%	25%	50%
Servicio estandarizado			12,5%	50%	37,5%

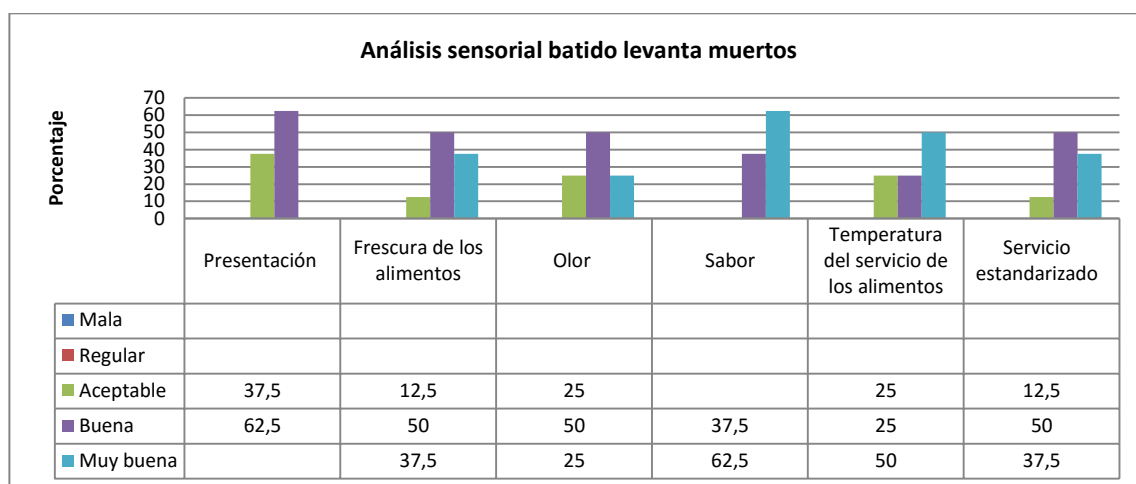


Figura 38 Análisis sensorial del batido levanta muertos

Análisis

Los expertos mencionan que la presentación, frescura, olor y el servicio es bueno; el sabor y temperatura son muy buenos.

Pregunta 4: Sobre las características a evaluar emita su criterio a cerca del Chaguarmishqui

Tabla 55.
Análisis sensorial del Chaguarmishqui.

Análisis sensorial del Chaguarmishqui					
Características a evaluar	Mala	Regular	Aceptable	Buena	Muy buena
Presentación			25%	62,5%	12,5%
Frescura de los alimentos				37,5%	62,5%
Olor				62,5%	37,5%
Sabor				25%	75%
Temperatura del servicio de los alimentos				25%	75%
Servicio estandarizado			12,5%	50%	37,5%

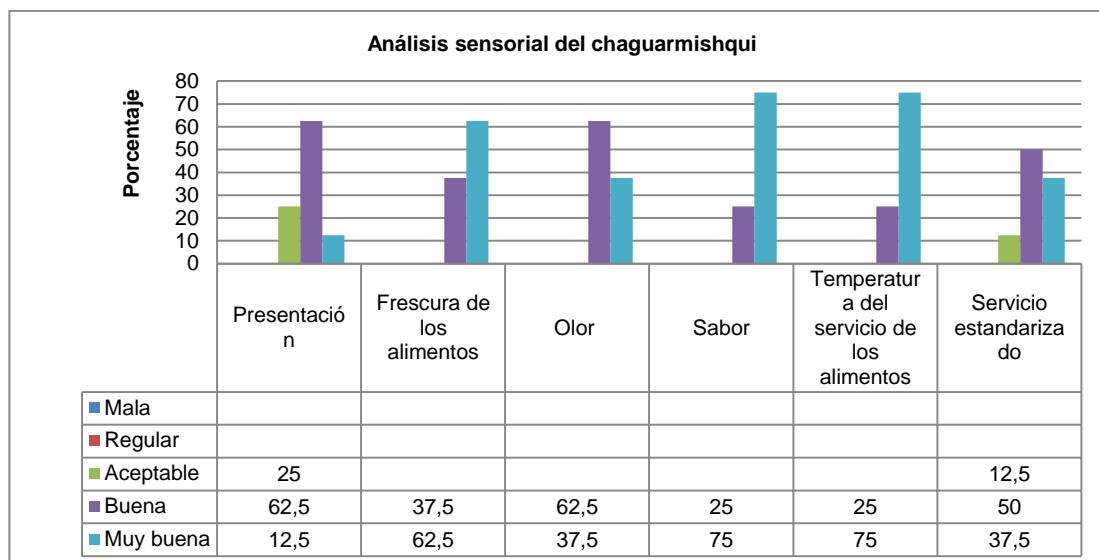


Figura 39 Análisis sensorial del Chaguarmishqui

Análisis

Los expertos mencionan que la presentación, olor y servicio son buenos; frescura, sabor y temperatura son muy buenos.

Pregunta 5: Sobre las características a evaluar emita su criterio a cerca del caldo de pata.

Tabla 56.

Análisis sensorial del caldo de pata.

Análisis sensorial del caldo de pata					
Características a evaluar	Mala	Regular	Aceptable	Buena	Muy buena
Presentación			50%	37,5%	12,5%
Frescura de los alimentos			25%	37,5%	37,5%
Olor		12,5%	12,5%	62,5%	12,5%
Sabor			12,5%	75%	12,5%
Temperatura del servicio de los alimentos			12,5%	37,5%	50%
Servicio estandarizado			12,5%	50%	37,5%

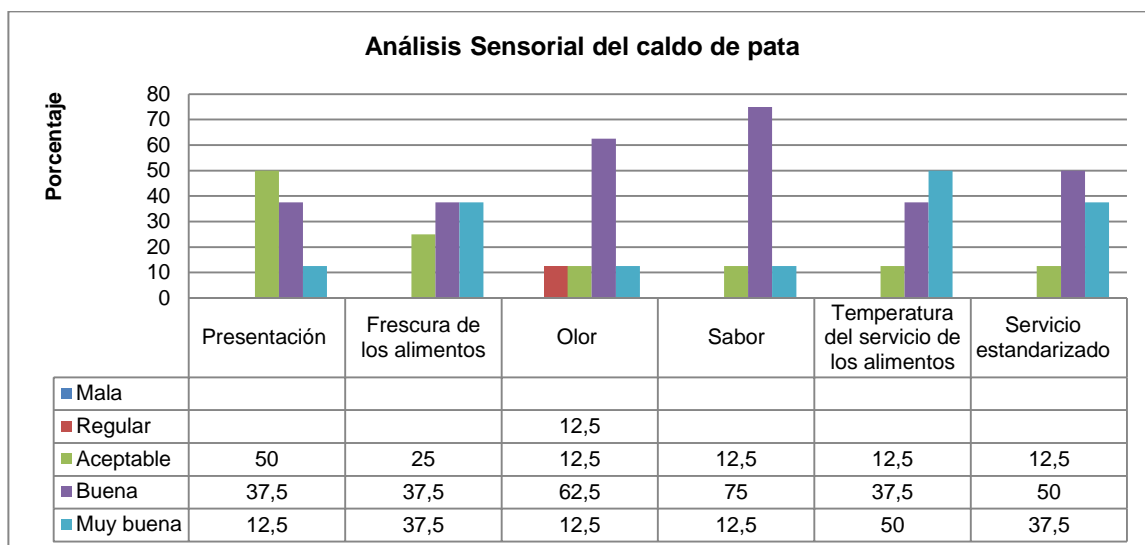


Figura 40 Análisis sensorial del caldo de pata

Análisis

Para los expertos el caldo de pata posee una presentación aceptable; su frescura, olor, sabor y servicio son buenos; finalmente la temperatura es muy buena. Una recomendación es rectificar la sal.

Pregunta 6: Sobre las características a evaluar emita su criterio a cerca del caldo de gallina.

Tabla 57.

Análisis sensorial del caldo de gallina.

Análisis sensorial del caldo de gallina					
Características a evaluar	Mala	Regular	Aceptable	Buena	Muy buena
Presentación			75%	25%	
Frescura de los alimentos			12,5%	75%	12,5%
Olor				87,5%	12,5%
Sabor		25%	25%	37,5%	12,5%
Temperatura del servicio de los alimentos			37,5%	50%	12,5%
Servicio estandarizado		12,5%	12,5%	50%	25%

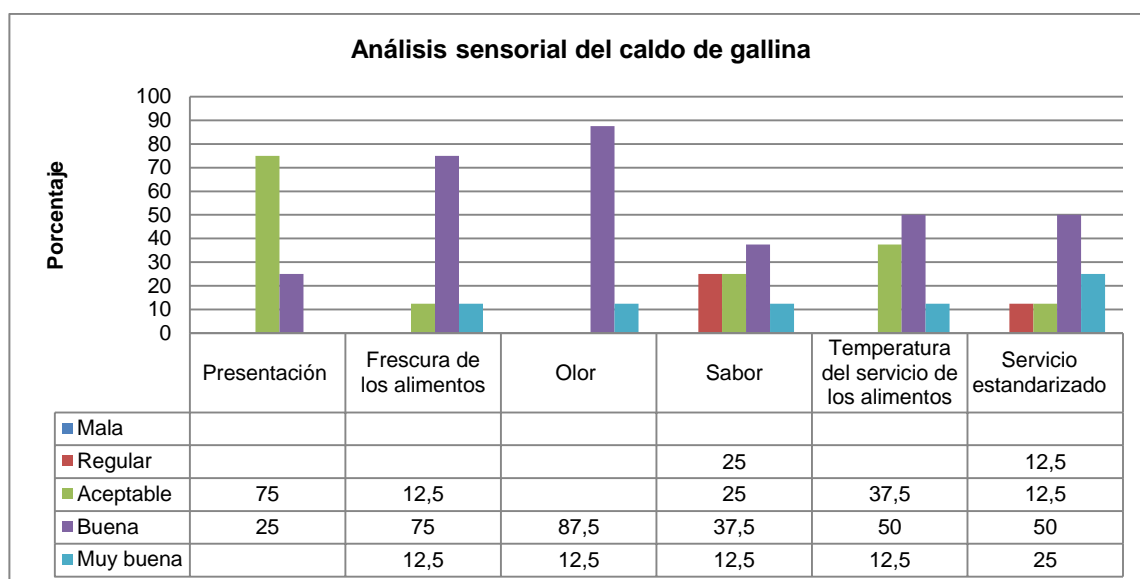


Figura 41 Análisis sensorial del caldo de gallina

Análisis

Para el paladar de los expertos el caldo de gallina posee una presentación aceptable; su frescura, olor, sabor, temperatura y el servicio son buenos.

Pregunta 7: Sobre las características a evaluar emita su criterio a cerca de las tortillas con hornado.

Tabla 58.

Análisis sensorial de las tortillas con hornado.

Análisis sensorial de las tortillas con hornado					
Características a evaluar	Mala	Regular	Aceptable	Buena	Muy buena
Presentación		25%	50%	12,5%	12,5%
Frescura de los alimentos			12,5%	75%	12,5%
Olor			25%	62,5%	12,5%
Sabor			37,5%	50%	12,5%
Temperatura del servicio de los alimentos			12,5%	50%	37,5%
Servicio estandarizado			12,5%	50%	37,5%

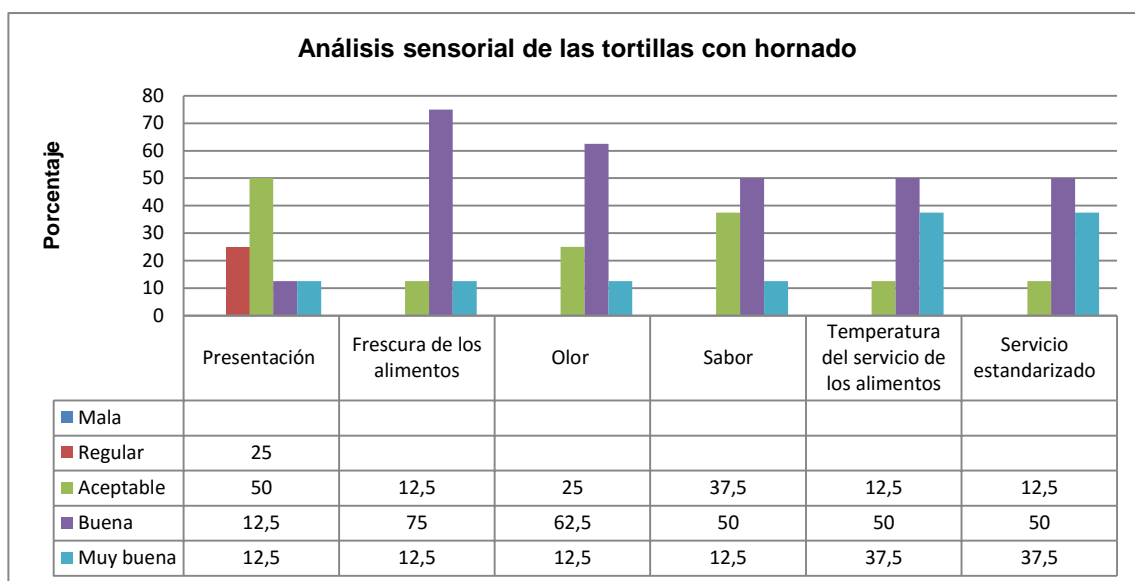


Figura42 Análisis sensorial de las tortillas con hornado

Análisis

Sobre las características evaluadas la presentación es aceptable para el experto; la frescura, olor, sabor, temperatura y servicio son buenos.

Pregunta 8: Sobre las características a evaluar emita su criterio a cerca de los tamales

Tabla 59.

Análisis sensorial de los tamales.

Análisis sensorial de los tamales					
Características a evaluar	Mala	Regular	Aceptable	Buena	Muy buena
Presentación			50%	37,5%	12,5%
Frescura de los alimentos			12,5%	62,5%	25%
Olor			25%	62,5%	12,5%
Sabor			12,5%	62,5%	25%
Temperatura del servicio de los alimentos			12,5%	75%	12,5%
Servicio estandarizado			25%	37,5%	37,5%

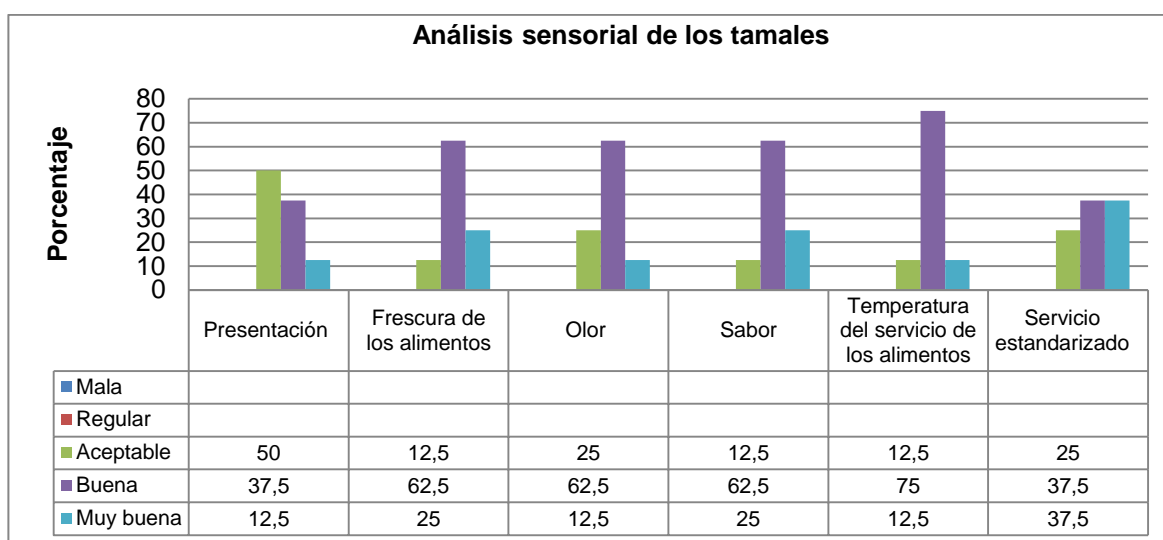


Figura 43 Análisis sensorial de los tamales

Análisis

La presentación de los tamales es aceptable pero toca mejorar en su envoltura para darle mejor realce, la frescura, olor, sabor, temperatura y servicio son buenos.

Pregunta 9: Sobre las características a evaluar emita su criterio a cerca de las morcillas.

Tabla 60.
Análisis sensorial de la morcilla.

Análisis sensorial de la morcilla					
Características a evaluar	Mala	Regular	Aceptable	Buena	Muy buena
Presentación		12,5%	50%	37,5%	
Frescura de los alimentos			37,5%	50%	12,5%
Olor		12,5%	25%	50%	12,5%
Sabor		12,5%	25%	62,5%	
Temperatura del servicio de los alimentos			50%	50%	
Servicio estandarizado			12,5%	75%	12,5%

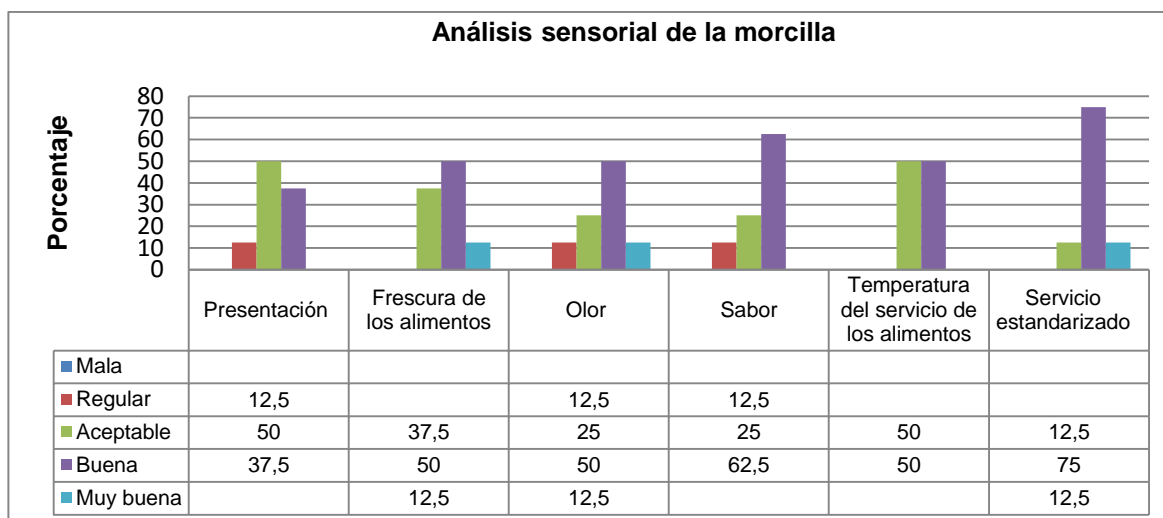


Figura 44 Análisis sensorial de la morcilla

Análisis

De acuerdo a las características analizadas la morcilla tiene una presentación aceptable, la frescura, olor, sabor, temperatura y el servicio estandarizado es bueno.

Pregunta 10: Sobre las características a evaluar emita su criterio a cerca del mote con chicharrón.

Tabla 61.
Análisis sensorial el mote con chicharrón.

Análisis sensorial del mote con chicharrón					
Características a evaluar	Mala	Regular	Aceptable	Buena	Muy buena
Presentación		12,5%	50%	25%	12,5%
Frescura de los alimentos		12,5%	12,5%	37,5%	37,5%
Olor		25%	12,5%	62,5%	
Sabor			50%	50%	
Temperatura del servicio de los alimentos		12,5%	87,5%		
Servicio estandarizado		12,5%	37,5%	37,3%	12,5%

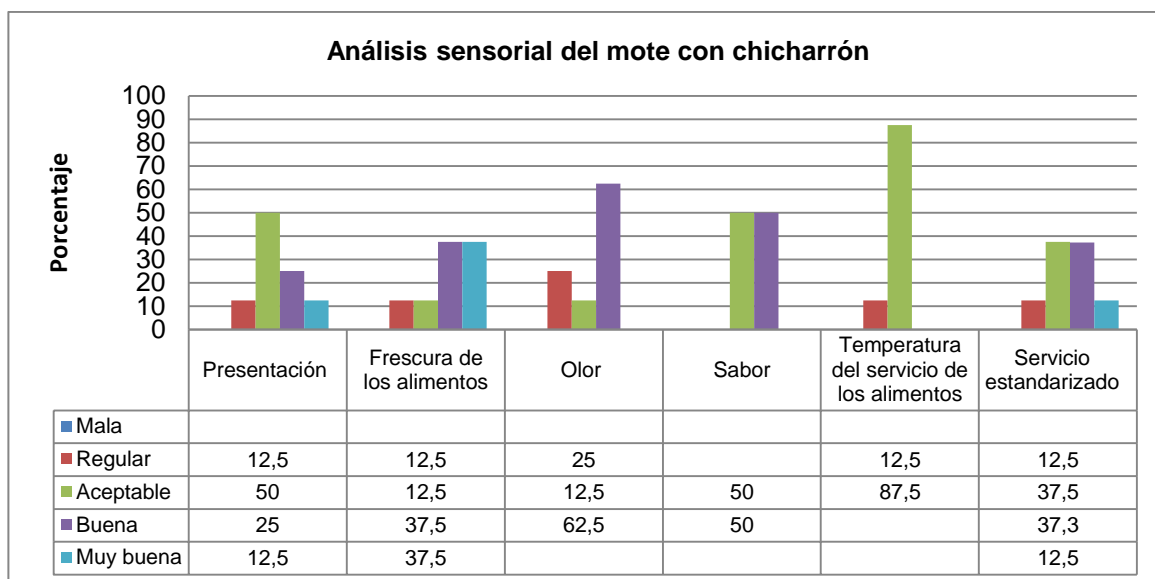


Figura 45 Análisis sensorial del mote con chicharrón

Análisis

De acuerdo a las características calificadas la presentación y la temperatura de mote con chicharrón son aceptables, los alimentos son frescos, su olor, sabor y servicio son buenos.

Después de las degustaciones se realizó una ronda de preguntas donde se preguntó el punto de vista de varias incógnitas que ayudaran al proceso del proyecto de investigación.

2.9.10.- Preguntas y hallazgos del focus group.

Objetivo:

Conocer la percepción del profesional gastrónomo, sobre el servicio de alimentos y bebidas en el patio de comidas del mercado central de Pujilí

1.- El ambiente del patio de comidas del mercado cerrado de Pujilí, es el adecuado para brindar el servicio de alimentos y bebidas.

Para el chef Jesús Pastor, el ambiente si esta de acorde para ser un patio de comidas de un mercado popular, mientras tanto para Alejandro Pacheco no está de acuerdo, porque no fue diseñado por un experto gastrónomo sino por alguien que vio lo mejor posible, pero con el tiempo existen problemas como tener un puesto pequeño, y no se puede realizar una buena limpieza; por eso recomienda que desde un principio se debe tener a cargo a una persona idónea para que no exista inconvenientes, pero lo que se puede hacer ahora es organizarse para que poco a poco se genere nuevas ideas que ayuden.

2.- Como ve usted el manejo de las buenas prácticas de manufactura por parte de las vendedoras de comida preparada del mercado central de Pujilí.

Jesús Pastor manifiesta, No se cumple lo básico que es la manipulación de alimentos, ya que no da una seguridad en lo que se está adquiriendo para consumir, porque no ocupan guantes, la cabeza descubierta y no tienen delantales adecuados.

3.- Cree usted que los utensilios que ocupan los vendedores son los adecuados.

Alejandro Pacheco menciona, desde el menaje que ellos ocupan no es el adecuado, porque es verdad que a la gente dentro del turismo le gusta ver

cosas antiguas; que si antes se servía el mote en un canasto no quiere decir que se haga hasta ahora, ya existen calentadores de acero inoxidable, cucharas, entre otras cosas. Es recomendable incentivarles a mejorar la presentación de los utensillos y equipos que utilizan, para una buena imagen y para seguridad alimentaria del consumidor.

4.- Para su punto de vista cree que es bueno que los vendedores adquieran la materia en el mercado.

Alejandro Pacheco manifiesta que los géneros cárnicos que son los más propensos a dañarse se deben comprar a personas que poseen un seguimiento de faenamiento, porque si le hace daño al consumidor a quien reclama es a la persona que le vendió y si el manipulador no tiene a quien reclamar no sabrá cómo empezó todo. Mientras tanto para Jesús Pastor se debe tener un proveedor que garantice calidad con el producto que se adquiere.

5.- La vajilla que ocupan es la adecuada

Alejandro Pacheco, manifiesta que se debe manejar vajilla desechable, no es a como el cliente pide sino el vendedor debe ver la forma correcta de cómo servir para evitar cualquier enfermedad, ya que no poseen un lugar exclusivo de limpieza, mejor organizarse bien y que todas vendan en desechables quizá en distinto tamaño, pero todo desechable.

6.- El servicio que emiten las vendedoras es el adecuado.

El trato es bueno menciona Jesús Pastor, ya que por trabajo paso casi un año y medio en el mercado, sabe cómo les tratan pero la falla está en la probana que cogen con la misma mano que manipulan el dinero y no está protegida con guantes

7.- Que se bebería mejorar del servicio que brindan.

Alejandro Pacheco, menciona que sería bueno que se organicen las vendedoras y busquen ayuda de personas especialistas para incentivarles a

mejorar en el servicio, quizá las vendedoras son las dueñas de la receta pero una capacitación en buenas prácticas de manufactura no estaría demás. Si el cliente desea algo mejor hay que mejorar. Jesús menciona mejorar la seguridad alimentaria instaurando las normas de higiene y que sean permanentes y tener un ente regulador de las buenas prácticas de manufactura.

Según la percepción de los expertos se encontró lo siguiente:

- La presentación de los platos más demandados dentro del patio de comidas es buena
- Pulir detalles en el proceso de la lechuga en las ensaladas, por la existencia de amebas y demás microorganismos.
- Considerar en mejorar el sabor y olor de las preparaciones, sin utilizar mucho condimento ya que es malo para la salud humana.
- Tomar en cuenta la temperatura para servir platos fríos y platos calientes.
- El servicio es bueno, pero hace falta mejorar, utilizar guantes para obsequiar la probana o el pedazo que se da al cliente para atraerlo.
- El presente Focus Group permitió analizar la aceptación de los platos que más se comercializan en el patio de comidas del mercado de Pujilí.
- Los expertos dieron su punto de vista sobre los platos que se degustaron dando sus respectivos comentarios sobre los puntos evaluados.
- Con los resultados se puede demostrar que se debe trabajar mucho para incentivar a las vendedoras a cambiar la manipulación de alimentos y lograr la mejora de la calidad en el servicio de alimentos y bebidas.

2.10.- Comprobación de la hipótesis

2.10.1.- Planteamiento de la hipótesis.

Cómo la manipulación de alimentos por parte de los comerciantes de comida preparada del mercado de Pujilí, influye en la calidad del servicio de alimentos y bebidas.

H₀ La manipulación de alimentos por parte de los comerciantes de comida preparada del mercado de Pujilí, no influye en la calidad del servicio de alimentos y bebidas.

H₁ La manipulación de alimentos por parte de los comerciantes de comida preparada del mercado de Pujilí, influye en la calidad del servicio de alimentos y bebidas.

La variable dependiente “calidad del servicio en alimentos y servicios”, se fijó el modelo SERVQUAL; el mismo que posee 5 variables (elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía), mismas que se dividen en 22 puntos importantes:

- Equipamiento de aspecto moderno
- Instalaciones visualmente atractivas
- Apariencia del personal
- Elementos tangibles atractivos
- Cumplimiento de promesas
- Interés en la resolución de problemas
- Realización del servicio a la primera
- Conclusión en el plazo prometido
- Ausencia de errores
- Personal comunicativo
- Personal rápido
- Personal colaborador
- Personal informado
- Personal que transmite confianza

- Clientes seguros con su proveedor
- Personal amable
- Personal bien formado
- Atención individualizada
- Horario conveniente
- Atención personalizada
- Preocupación por los intereses del cliente
- Comprensión de las necesidades del cliente.

Este modelo se basa en la consideración de la calidad como una expectativa y su medición como el resultado de comparar lo que el cliente cree que la empresa debe ofrecer (expectativas), con la percepción del desempeño que se tiene del servicio recibido (percepciones). Para corroborar si el servicio está de acuerdo a lo que el cliente necesita, cada ítem se igualó a condiciones de sí y no; cómo se explica a continuación:

Tabla 62.
Condiciones de SI y NO.

Condiciones	Descripción
Si	Puntaje igual a 4
No	Puntaje igual a 3

A continuación se detalla la tabla con la condición SI y NO del método Servqual:

Tabla 63.
Servqual en variables SI y No.

Atributos de la calidad en el servicio	Si	No
Elementos tangibles		
El equipamiento (sillas, mesas, entre otros (posee aspecto moderno).	Si	
Instalaciones físicas (la infraestructura del lugar es agradable)		No
Apariencia pulcra de los colaboradores		No
Elementos tangibles atractivos (menú, servilletas, temática del lugar).		No
Fiabilidad		

CONTINÚA →

Cumplimiento de promesas (se presta en servicio adecuadamente)		No
Interés en la resolución de problemas (si existe algo, le ayuda el personal).	Si	
Realizar el servicio a la primera (le atiende inmediatamente)	Si	
Concluir con el plazo prometido (se brinda el servicio en 15 min)		No
No cometer errores (se presta el servicio sin inconvenientes)		No
Capacidad de respuesta		
Vendedoras comunicativas (ayudan con información que se requiere)	Si	
Personal rápido (la persona que le atiende es ágil y veloz)	Si	
Personas dispuestas ayudar (las vendedoras tienen la predisposición de ayudar al cliente)		No
Personal informado (le ayudan con la información requerida)	Si	
Seguridad		
Vendedoras que transmiten confianza (las vendedoras son confiables)		No
Clientes seguros con su proveedor (las instalaciones son seguras)	Si	
Personal amable (el personal es respetuoso)	Si	
Personal bien formado (las vendedoras son competentes y profesionales)	Si	
Empatía		
Atención individualizada al cliente (atención específica)	Si	
Horario conveniente (el horario de atención se adapta a su necesidad)		No
Atención personalizada de los colaboradores (presta el servicio personalizado)	Si	
Preocupación por los intereses del cliente	Si	
Comprensión de las necesidades del cliente.	Si	

Tabla 64.
Tabla resumen del método Servqual con variables SI y NO.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	9	9,2	40,9	40,9
	Si	13	13,3	59,1	100,0
	Total	22	22,4	100,0	

Para la variable independiente “manipulación de alimentos” se realizó una ficha de evaluación, donde se colocaron ítems necesarios para llegar a la comprobación de la hipótesis, con 19 divisiones y 98 ítems, aptos para evaluar la correcta aplicación por parte de los comerciantes. Los mismos que son importantes para una correcta manipulación por parte de los comerciantes de comida preparada y son:

- Requisitos para la infraestructura
- Área y estructuras internas
- Iluminación y ventilación
- Instalaciones sanitarias
- Requisitos relativos a los servicios suministro de agua
- Requisitos relativos a los servicios desechos sólidos
- Requisitos relativos a los equipos y utensilios
- Requisitos relativos a la adquisición y comercialización
- Requisitos relativos al transporte, recepción y almacenamiento
- Requisitos relativos al puesto de comercialización
- Higiene del puesto de comercialización
- Requisitos relativos a la preparación preliminar de los alimentos
- Requisitos relativos a la preparación de alimentos
- Protección y servicio de alimentos
- Higiene de los manipuladores
- Requisitos relativos a la limpieza y desinfección
- Requisitos relativos al control de plagas y roedores

- Capacitaciones
- Requisitos relativos al control y aseguramiento de la inocuidad

Tabla 65.
Condición SI y NO.

Condiciones	Descripción
SI	Puntaje igual a dos e igual a 100%
NO	Puntaje igual a uno e igual a 98%

A continuación se detalla la ficha de observación con la condición de SI y No:

Tabla 66.
Ficha de evaluación con condición SI y NO.

Requisitos de la infraestructura		
Descripción	Si	No
Fuentes de contaminación	Si	
Ingreso de animales	Si	
Facilidades de higiene	Si	
Sistema de drenaje		No
Área y estructuras internas		
Giros de negocios	Si	
Material antideslizante		No
Las paredes, altura de 2m	Si	
Uniones cóncavas		No
Material no tóxico		No
Pendiente mínima 2%		No
Acumulación de suciedad		No
Pasillos como áreas de almacenamiento		No
Iluminación y ventilación		
Iluminación adecuada	Si	
El sistema eléctrico en buen estado	Si	
La ventilación es natural	Si	
La ventilación es artificial		No
Instalaciones sanitarias		
Cuenta con instalaciones sanitarias	Si	
Los servicios se mantienen limpios		No
Requisitos relativos a los servicios		
Posee sistema de abastecimiento	Si	

CONTINÚA →

El agua potable es apta para el consumo	Si	
Requisitos relativos a los servicios (desechos sólidos)		
Sistema de recolección	Si	
Los desechos se retiran frecuentemente		No
Los basureros en buen estado		No
Requisitos relativos a los equipos y utensillos		
Equipos en buen estado		No
Materiales que se puedan limpiar		No
Tablas adecuadas		No
Lavan al final de la jornada	Si	
Lavan con detergente adecuado	Si	
Utilizan litos		No
Requisitos relativos a la adquisición, comercialización		
Adquisición en áreas limpias		No
Carnes con sello de faenamamiento		No
Alimentos frescos	Si	
Alimentos con garantía		No
Fecha de vencimiento		No
Requisitos relativos transporte, recepción y almacenamiento		
Vehículos libres de contaminación		No
Áreas fácil de limpiar		No
Recepción de alimentos limpias	Si	
Alimentos perecederos están congelados		No
Almacenan en tarinas	Si	
Alimentos los clasifican	Si	
Requisitos relativos al puesto de comercialización		
Puestos limpios	Si	
Mesas en buen estado	Si	
Comercializan los alimentos a temperaturas adecuadas		No
Grifo para cada puesto	Si	
Higiene del puesto de comercialización		
Eliminan desechos de las superficies	Si	
Aplican soluciones de detergente	Si	
Enjaguan con agua	Si	
Otros métodos de desinfección		No
Implementos exclusivos para limpiar	Si	
Preparación preliminar		
Lavan los utensillos	Si	
La mezcla de ingredientes los hacen en recipientes	Si	
Utensillos con material tóxico		No

CONTINÚA →

Lavan las manos frecuentemente		No
La hortalizas se lavan	Si	
El agua es potable	Si	
Preparación de alimentos		
Alimentos bien cocidos	Si	
Están en lugares frescos	Si	
Están a temperaturas seguras	Si	
Recalientan una porción		No
Utilizan utensillos para probar alimentos	Si	
Protección y servicio de alimentos		
Alimentos protegidos en vitrinas		No
Ocupan vajilla adecuada	Si	
Venden alimentos guardados	Si	
Lo que llevan a casa, llevan tapado	Si	
Manipulan con utensillos		No
Manipulan dinero y alimentos	Si	
Higiene de los manipuladores de alimentos		
Certificado ocupacional	Si	
Usa vestimenta adecuada	Si	
La vestimenta es de color blanco		No
Se lava las manos continuamente		No
Mantiene el cabello recogido	Si	
Usan mascarillas		No
Uñas cortas sin esmalte	Si	
No usan joyas	Si	
Fuma, come, mastica chicle		No
Requisitos relativos a la limpieza y desinfección		
Programa de limpieza		No
Se verifica el programa de limpieza		No
Los productos químicos están registrados		No
Almacenan los productos separados de alimentos		No
Requisitos relativos al control de plagas y roedores		
Programa de control de plagas		No
Los plaguicidas son registrados		No
Cada vendedor tiene medidas de prevención		No
Alimento contaminado se bota	Si	
Capacitaciones		
Ha recibido capacitaciones por las autoridades	Si	
Existen programas de entrenamientos específicos		No
Requisitos relativos al aseguramiento de la inocuidad		

CONTINÚA →

Programa de aseguramiento y control		No
Los responsables supervisan		No

Tabla 67.
Tabla resumen de la ficha de evaluación.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	No	43	49,4	49,4	49,4
	Si	44	50,6	50,6	100,0
	Total	87	100,0	100,0	

2.10.2.-Nivel de significación

Para el cálculo de los grados de libertad (gl), se ha establecido una tabla de valores observados, la cual consta de 24 filas y 2 columnas, los cuales son datos necesarios para poder calcular los grados de libertad como se observa a continuación:

$$\alpha = 0,05$$

$$gl = (\text{columnas}-1) (\text{filas}-1)$$

$$gl = (2-1) (24-1)$$

$$gl = (1) (23)$$

$$gl = 23$$

Al nivel de significancia de 0,05 y a 23 grados de libertad (gl), el valor de Chi cuadrado a tabular es 35.172 ($\chi^2_{t=35.172}$).

La tabla 66 se construyó tomando en cuenta los valores totales de sí y de no de cada variable del método de SERVQUAL, de igual forma para cada división de la ficha de evaluación se tomó los valores totales.

Tabla 68.
Valores observados.

Variables	Si	No	Total de filas
Dimensión elementos tangibles	1	3	4
Dimensión fiabilidad	2	3	5
Dimensión capacidad de respuesta	3	1	4
Dimensión seguridad	3	1	4

CONTINÚA →

Dimensión empatía	4	1	5
Requisitos para la infraestructura	3	1	4
Área y estructuras internas	3	7	10
Iluminación y ventilación	3	1	4
Instalaciones sanitarias		2	2
Requisitos relativos a los servicios	2		2
Requisitos relativos a los desechos sólidos		3	3
Requisitos relativos a los equipos y utensilios	2	5	7
Requisitos relativos a la adquisición y comercialización	1	4	5
Requisitos relativos al transporte, recepción y almacenamiento	4	3	7
Requisitos relativos al puesto de comercialización	4	1	5
Higiene del puesto de comercialización	4	1	5
Requisitos relativos a la preparación preliminar	6	2	8
Preparación de alimentos	4	4	8
Protección y servicio de alimentos	4	2	6
Higiene de los manipuladores de alimentos preparados	5	5	10
Requisitos relativos a la limpieza y desinfección		4	4
Requisitos relativos al control de plagas y roedores	1	3	4
Capacitaciones	1	1	2
Requisitos relativos al control y aseguramiento de la inocuidad.	2		2
Total de columnas	62	58	120

2.10.3.- Regla de decisión

Se acepta la hipótesis nula si el valor de chi cuadrado a calcularse es igual o menor a $\chi^2_{t=35.172}$, caso contrario se rechaza la hipótesis nula.

2.10.4.- Calculo de Chi- cuadrado

Para el cálculo de chi cuadrado, será necesario la aplicación de la siguiente fórmula, $\chi^2 = \sum (O-E)^2/E$; además de la adición de valores observados y valores esperados, como se puede ver a continuación:

Tabla 69.

Valores esperados.

(Total de filas¹* Total de columnas¹)/Total general= E₁

Variables	Si	No	Total de filas
Dimensión elementos tangibles	0,52	1,45	4
Dimensión fiabilidad	1,03	1,45	5

CONTINÚA →

Dimensión capacidad de respuesta	1,55	0,48	4
Dimensión seguridad	1,55	0,48	4
Dimensión empatía	2,07	0,48	5
Requisitos para la infraestructura	1,55	0,48	4
Área y estructuras internas	1,55	3,38	10
Iluminación y ventilación	1,55	0,48	4
Instalaciones sanitarias		0,97	2
Requisitos relativos a los servicios	1,03		2
Requisitos relativos a los desechos sólidos		1,45	3
Requisitos relativos a los equipos y utensilios	1,03	2,42	7
Requisitos relativos a la adquisición y comercialización	0,52	1,93	5
Requisitos relativos al transporte, recepción y almacenamiento	2,07	1,45	7
Requisitos relativos al puesto de comercialización	2,07	0,48	5
Higiene del puesto de comercialización	2,07	0,48	5
Requisitos relativos a la preparación preliminar	3,1	0,97	8
Preparación de alimentos	2,07	1,93	8
Protección y servicio de alimentos	2,07	0,97	6
Higiene de los manipuladores de alimentos preparados	2,58	2,42	10
Requisitos relativos a la limpieza y desinfección		1,93	4
Requisitos relativos al control de plagas y roedores	0,52	1,45	4
Capacitaciones	0,52	0,48	2
Requisitos relativos al control y aseguramiento de la inocuidad.	1,03		2
Total de columnas	32,05	28,01	120

Tabla 70.
Valor del chi- cuadrado calculado.

o Observado	e esperado	(O-E) ² /E
1	0,52	0,44
2	1,03	0,91
3	1,55	1,36
3	1,55	1,36
4	2,07	1,8
3	1,55	1,36
3	1,55	1,36
3	1,55	1,36
		0
2	1,03	0,91
		0
2	1,03	0,91
1	0,52	0,44
4	2,07	1,8
4	2,07	1,8
4	2,07	1,8
6	3,1	2,71
4	2,07	1,8
4	2,07	1,8

CONTINÚA →

5	2,58	2,26
		0
1	0,52	0,44
1	0,52	0,44
2	1,03	0,91
3	1,45	1,66
3	1,45	1,66
1	0,48	0,56
1	0,48	0,56
1	0,48	0,56
1	0,48	0,56
7	3,38	3,87
1	0,48	0,56
2	0,97	1,09
		0
3	1,45	1,66
5	2,42	2,75
4	1,93	2,22
3	1,45	1,66
1	0,48	0,56
1	0,48	0,56
2	0,97	1,09
4	1,93	2,22
2	0,97	1,09
5	2,42	2,75
4	1,93	2,22
3	1,45	1,66
1	0,48	0,56
TOTAL		60

2.10.5.- Decisión Final

$X^2_t = 35.172 < X^2_c = 60,00$ y de acuerdo con lo establecido en la regla de decisión, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, es decir, la manipulación de alimentos por parte de los comerciantes de comida preparada del mercado de Pujilí, influye en la calidad del servicio de alimentos y bebidas.

CAPÍTULO III

3. PROPUESTA

En el presente capítulo se diseñará el plan de acción para mejorar el servicio de alimentos y bebidas en el mercado cerrado de Pujilí, en este sentido, se analizará la metodología pertinente y se adecuara a la necesidad del investigador para ponerlo en práctica dentro del lugar que se desarrolla la investigación. Posteriormente se plantearán las estrategias, tareas, actividades, responsables, cronogramas y presupuesto, para cada actividad a realizarse

3.1.- Antecedentes

Una vez obtenidos los resultados finales del proyecto de investigación, en el cual se llevó a cabo un estudio y análisis de cada una de sus variables de la “manipulación de alimentos por parte de los comerciantes de comida preparada del mercado cerrado de la ciudad de Pujilí y la calidad del servicio de alimentos y bebidas”, utilizando modelos, tipos, técnicas y diseños de la investigación, los cuales permitieron una adecuada indagación y ejecución del proyecto.

Dentro del estudio de las variables, dependiente como independiente fueron analizadas de formas diferentes. La primera variable fue estudiada en base a la creación de un cuestionario estructurado de acuerdo a la NORMA INEN DE MERCADOS SALUDABLES NTE INEN 2687:2013, la misma que permitió el estudio adecuado, ya que mayoritariamente arrojó resultados no favorables, para la investigación, lo cual permitido saber que los manipuladores de alimentos no poseen una buena cultura de buenas prácticas de manufactura, mientras que la segunda variable fue estudiada en base a un cuestionario pre estructurado mediante el modelo SERVQUAL, adaptado a las necesidades e intereses a conocer de la calidad del servicio que se brinda en el mercado cerrado de la ciudad de Pujilí, el cuestionario arrojó mayoritariamente resultados poco aceptables, ya que la mayoría de las dimensiones con sus atributos respectivos, no llegaban a satisfacer las necesidades de los clientes,

en los cuales los atributos, instalaciones visualmente atractivas, apariencia del personal, elementos tangibles atractivos, cumplimiento de promesas, conclusión en el plazo prometido, ausencia de errores, poseen los niveles más bajos de no satisfacer lo que el cliente desea, lo que significa que son puntos en los cuales toca mejorar para obtener una buena calidad en los servicios.

La propuesta estará enfocada principalmente al mejoramiento de los atributos deficientes, quienes no pudieron llegar a la satisfacción del cliente de acuerdo al criterio de las personas encuestadas, cabe destacar que las instalaciones visualmente atractivas, es uno de los principales atributos de la dimensión de elementos tangibles, no puede ser manejado o manipulado por el investigador, ya que la estructura ya está realizada, lo que si es necesario es dejar explicando o sugiriendo algunos puntos para que puedan ser mejorados.

3.2.- Justificación

La propuesta, plantea estrategias de solución a necesidades detectadas a través de un análisis, este análisis genera los elementos, etapas procesos y subprocesos que darán vida a los modelos, estrategias, planes, alternativas de cambio, entre otros.

La realización de la propuesta está enfocada al mejoramiento de los atributos, elementos tangibles y fiabilidad con el cliente, para el cual se elaborará estrategias de cumplimiento que permitan llegar a la satisfacción del cliente en estos ámbitos y los factores casi manipulables que no llega a satisfacer las necesidades de los comensales y genera una leve deficiencia en la calidad del servicio.

Los principales beneficiarios de esta propuesta serán las comerciantes de comida preparada y los comensales que perciben el servicio, ya que se va a generar una herramienta con estrategias que permita mejorar los atributos deficientes en las dimensiones de la calidad del servicio, para así poder complementar de forma óptima todo el proceso del servicio, el cual logre dar una completa satisfacción al cliente.

3.3.- Metodología

De acuerdo a (Mollinedo, 2010) un plan de acción es una presentación resumida de las tareas que deben realizarse por ciertas personas, en un determinado tiempo, utilizando recursos asignados con el fin de lograr un objetivo dado. Para su elaboración se toma en cuenta reunir a los demás trabajadores comunitarios o del lugar donde se está trabajando.

El plan lleva los siguientes elementos.

- Que se quiere alcanzar (objetivo)
- Cuánto se quiere lograr (cantidad y calidad)
- Cuándo se quiere lograr (en cuánto tiempo)
- En dónde se quiere realizar el programa (lugar)
- Con quién y con qué se desea lograrlo (personal, recursos financieros)
- Cómo saber si se está alcanzando el objetivo (evaluando el proceso)
- Cómo determinar si se logró el objetivo (evaluación de resultados)

Por lo tanto en la propuesta que se detalla a continuación se verá reflejado el trabajo, exacto dentro del mercado cerrado de la ciudad de Pujilí.

3.4.- Objetivo General

- Diseñar un plan de acción que permita implementar estrategias adecuadas, para mejorar las necesidades del cliente, generar buena fiabilidad con los mismos y lograr una satisfacción con las instalaciones del mercado cerrado de la ciudad de Pujilí.

3.5.- Objetivos Específicos

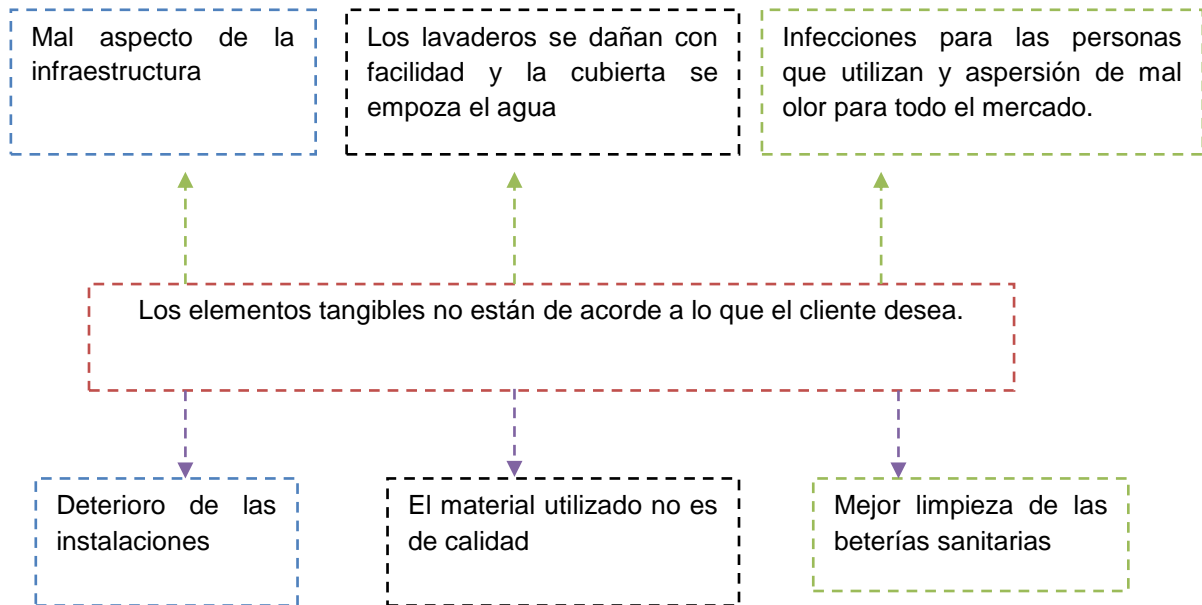
- Describir causas y efectos de la dimensión elementos tangibles, que permita llegar a la solución más adecuada.
- Identificar causas y efectos de la dimensión fiabilidad que permitan llegar a la solución más adecuada, la cual permita mejorar la satisfacción con el cliente.

- Elaborar estrategias adecuadas que permitan la elaboración del plan de acción, para mejorar los atributos deficientes, en cuanto a elementos tangibles y fiabilidad con el cliente.
- Plantear tareas que permitan cumplir con las estrategias planteadas, para complementar y lograr una buena calidad en el servicio.
- Diseñar el cronograma y presupuesto, los cuales puedan dar cumplimiento a la propuesta planteada.

3.5.1.- Causas y efectos de la dimensión elementos tangibles, no están de acuerdo a lo que el cliente desea, pero cabe recalcar que solo se planteara las estrategias y tareas en la propuesta, porque ya están contruidos y no se puede intervenir directamente, sino ya es potestad de las autoridades municipales hacerlo o no.

Los elementos no están de acuerdo a lo que el cliente desea ya que existen varios factores que les hace falta mejorar como:

EFECTOS



CAUSAS

Figura 46 Problemas de los elementos tangibles

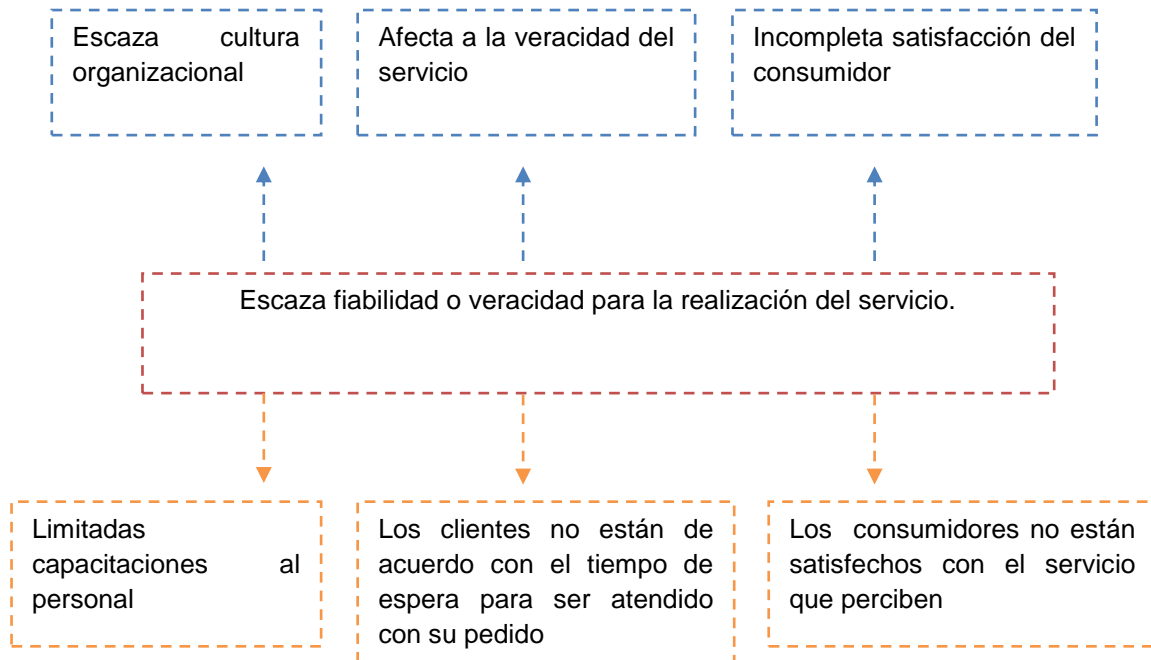
Todo lo antes mencionado son factores en los cuales se debe mejorar para mantener una correcta satisfacción del cliente y así lograr la fidelización con el servicio que se presta.

Recomendación

La recomendación para las autoridades y las comerciantes de comida preparada, es que las instalaciones del mercado necesitan de una remodelación, para mantener la completa satisfacción del cliente con el servicio que se brinda.

3.5.2.- Causas y efectos de la dimensión fiabilidad, se puede trabajar con los comerciantes de comida preparada, el trato es de persona a persona; para hacerles entender lo que está bien y lo que está mal para lograr la satisfacción completa del cliente, para lo cual se ha tomado como referencia el siguiente árbol de problemas:

EFECTOS



CAUSAS

Figura 47 Problemas con la fiabilidad

Identificación del segmento

El segmento al cual está enfocada la propuesta es a las comerciantes de comida preparada del mercado de la ciudad de Pujili, para mejorar la calidad del servicio que brindan a los clientes que se acercan a percibirlo.

3.5.3.- Estrategias

A continuación se presenta el listado de las estrategias diseñadas para realizar el plan de acción:

- Diseñar un instructivo para uso de colores y decoración en ambientes internos de patios de comida.
- Realizar un prototipo de la presentación adecuada del uniforme del manipulador de alimentos, (hombre, mujer).

- Realizar capacitaciones en las cuales el personal pueda adquirir destrezas en manipulación de alimentos, para mejorar el servicio con el cliente.
- Efectuar charlas de atención al cliente.
- Implementar elementos de comunicación que permita la interacción entre turistas y el mercado.

Tabla 71.
Objetivos y estrategias de la propuesta.

Objetivo general	Objetivos específicos	Estrategias
Diseñar un plan de acción que permita implementar estrategias adecuadas, para mejorar las necesidades del cliente, lo que consiga generar buena fiabilidad con los mismos y lograr una satisfacción con las instalaciones del mercado cerrado de la ciudad de Pujilí.	Describir causas y efectos de la dimensión elementos tangibles, que permita llegar a la solución más adecuada.	Diseñar un instructivo para uso de colores y decoración en ambientes internos de patios de comida.
	Identificar causas y efectos de la dimensión fiabilidad que permitan llegar a la solución más adecuada, la cual permita mejorar la satisfacción con el cliente.	Efectuar un prototipo de la presentación adecuada del uniforme del manipulador de alimentos, (hombre, mujer).
	Elaborar estrategias adecuadas que permitan la elaboración del plan de acción, para mejorar los atributos deficientes, en cuanto a elementos tangibles y fiabilidad con el cliente.	Realizar capacitaciones en las cuales el personal pueda adquirir destrezas en manipulación de alimentos, para mejorar el servicio con el cliente.
	Plantear tareas que permitan cumplir con las estrategias planteadas, para	Efectuar charlas de atención al cliente.

CONTINÚA →

	complementar y lograr una buena calidad en el servicio.	
	Diseñar el cronograma y presupuesto, los cuales puedan dar cumplimiento a la propuesta planteada.	Implementar elementos de comunicación que permita la interacción entre turistas y el mercado.

3.5.4.- Tareas

Se presenta las tareas que se utilizaran para el desarrollo de las estrategias planteadas:

- Sugerencias para decoraciones y ambientaciones para el mercado cerrado de Pujili.
- Elaboración de una cartelera de tamaño real con los gráficos de un manipulador de alimentos correctamente uniformado.
- Diseño de guías de manipulación y atención al cliente.
- Organización de capacitaciones con chefs profesionales y con el ARCSA (Agencia de regulamiento y control sanitario).
- Capacitaciones de atención al cliente.
- Implementación de buzones de sugerencias, para corroborar la atención al cliente.
- Realización de ferias gastronómicas, para promocionar el turismo cultural de la ciudad de Pujilí, con los datos que mas demanda posee.

Tabla 72.
Objetivos, estrategias y tareas.

Objetivos	Estrategias	Tareas
Describir causas y efectos de la dimensión elementos tangibles, que permita llegar a la solución más adecuada.	Diseñar un instructivo para uso de colores y decoración en ambientes internos de patios de comida.	Sugerencias para decoraciones y ambientaciones para el mercado cerrado de Pujili.
Identificar causas y efectos de la dimensión fiabilidad que permitan llegar a la solución más adecuada, la cual permita mejorar la satisfacción con el cliente.	Efectuar un prototipo de la presentación adecuada del uniforme del manipulador de alimentos, (hombre, mujer).	Elaboración de una cartelera de tamaño real con los gráficos de un manipulador de alimentos correctamente uniformado.
Elaborar estrategias adecuadas que permitan la elaboración del plan de acción, para mejorar los atributos deficientes, en cuanto a elementos tangibles y fiabilidad con el cliente.	Realizar capacitaciones en las cuales el personal pueda adquirir destrezas en manipulación de alimentos, para mejorar el servicio con el cliente.	Diseño de guías de manipulación y atención al cliente. Organización de capacitaciones con chefs profesionales y con el ARCSA (Agencia de regulación y control sanitario).
Plantear tareas que permitan cumplir con las estrategias planteadas, para complementar y lograr una buena calidad en el servicio.	Efectuar charlas de atención al cliente.	Capacitaciones de atención al cliente. Implementación de buzones de sugerencias, para corroborar la atención al cliente.
Diseñar el cronograma y presupuesto, los cuales puedan dar cumplimiento a la propuesta planteada.	Implementar elementos de comunicación que permita la interacción entre turistas y el mercado.	Realización de ferias gastronómicas, para promocionar el turismo cultural de la ciudad de Pujili, con los platos que mas demanda posee.

3.5.5.- Descripción del plan de acción

Estrategia 1 Diseñar un instructivo para uso de colores y decoración en ambientes internos de patios de comida.

Tarea 1.1 Sugerencias para decoraciones y ambientaciones para el mercado cerrado de Pujili.

Esta herramienta tiene como objetivo sugerir las posibles decoraciones y ambientaciones que debería tener el mercado, con el fin de conseguir la completa satisfacción de cliente.

Estrategia 2 Efectuar un prototipo de la presentación adecuada del uniforme del manipulador de alimentos, (hombre, mujer).

Tarea 2.1 Elaboración de una cartelera de tamaño real con los gráficos de los comerciantes de comida preparada de cómo debe ser su presentación integral, para el servicio.

Este modelo nos ayudara a conocer la forma correcta de cómo debe vestirse un comerciante de comida preparada y como debe ser su imagen en cosas de maquillaje, bisutería, uñas, cabello, entre otras cosas.

Estrategia 3 Realizar capacitaciones, en las cuales el personal pueda adquirir destrezas en manipulación y servicio de alimentos, para mejorar el servicio con el cliente.

Tarea 3.1 Diseño de guías de manipulación y atención al cliente.

Esta tarea nos permitirá indicarles por medio de un escrito lo que se debe y lo que no se debe hacer dentro de una manipulación de alimentos, asimismo mostrarles lo que conlleva una correcta atención al cliente.

Tarea 3.2 Organización de capacitaciones con chefs profesionales y con el ARCSA (Agencia de regulamiento y control sanitario).

La tarea antes menciona contribuirá en transmitirles conocimientos profesionales por medio de chefs que están al tanto de una correcta

manipulación de alimentos y por medio del ARCSA el ente regulador dentro de alimentos que indican cómo deben estar los alimentos inocuos para el consumo del ser humano.

Estrategia 4 Efectuar charlas de atención al cliente.

Tarea 4.1 Capacitaciones de atención al cliente.

Esta tarea contribuirá estableciendo los puntos más importantes, los mismos que deberán ser seguidos por los comerciantes de comida preparada para lograr cubrir las necesidades del cliente.

Tarea 4.2 Implementación de buzones de sugerencias, para corroborar la atención al cliente.

Ayudara a mantener una relación concreta con el cliente si está satisfecho con los nuevos cambios de los manipuladores de alimentos.

Estrategia 5 Implementar elementos de comunicación que permita la interacción entre turistas y el mercado.

Tarea 5.1 Realización de ferias gastronómicas, para promocionar el turismo cultural de la ciudad de Pujilí, con los platos que mas demanda posee.

Contribuirá para dar a conocer al mercado cerrado de Pujili como un punto muy importante para visitar sea para turistas nacionales como extranjeros, ya que las comerciantes están preparadas para atender a todo público.

3.5.6.- Actividades, lugar, recursos, responsables

Tabla 73.

Propuesta: plan de acción.

Estrategias	Tareas	Actividades	Lugar	Recursos	Responsables
Diseñar un instructivo para uso de colores y decoración en ambientes internos de patios de comida.	Sugerencias para decoraciones y ambientaciones para el mercado cerrado de Pujili.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer el significado de los colores para el trabajo. • Definir los colores más idóneos para la nueva decoración • Cotización • Socializar los costos 	Patio de comidas del mercado cerrado de la ciudad de Pujili.	Humano Tecnológico Financiero Materiales	Departamento de planificación del Municipio de Pujili
Efectuar un prototipo de la presentación adecuada del uniforme del manipulador de alimentos, (hombre, mujer).	Elaboración de una cartelera de tamaño real con los gráficos de un manipulador de alimentos correctamente uniformado.	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar los prototipos que van en la cartelera. • Dar a conocer el diseño de la cartelera a las autoridades. • Cotización • Colocarla en un lugar visible. 	Patio de comidas del mercado cerrado de la ciudad de Pujili.	Humano Tecnológico Financiero Materiales	Autoridad central del mercado (Comisario)
Realizar capacitaciones en las cuales el personal pueda adquirir destrezas en manipulación de alimentos, para mejorar el servicio con el cliente.	Diseño de guías de manipulación y atención al cliente. Organización de capacitaciones con chefs profesionales y con el ARCOSA (Agencia de regulamiento y control sanitario).	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer un análisis situacional • Realizar la guía con respecto a manipulación de alimentos. • Dar a conocer la guía como instrumento. • Hablar con las autoridades del ARCOSA y de las escuelas de gastronomía más representativas de la ciudad de Latacunga. • Cotización • Planificar reuniones 	Patio de comidas del mercado cerrado de la ciudad de Pujili.	Humano Tecnológico Financiero Materiales	Autoridad central del mercado cerrado de la ciudad de Pujili. Profesional en gastronomía.

CONTINÚA →

Efectuar charlas de atención al cliente.	Capacitaciones de atención al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar la guía de atención al cliente • Planificar las capacitaciones • Cotización 	Patio de comidas del mercado cerrado de la ciudad de Pujili.	Humano Tecnológico Financiero Materiales	Profesional en gastronomía Autoridades del ARCSA.
	Implementación de buzones de sugerencias, para corroborar la atención al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer el propósito de los buzones. • Escoger el modelo • Revisar el material • Cotización • Escoger el lugar para colocarlo 	Patio de comidas del mercado cerrado de la ciudad de Pujili.	Humano Tecnológico Financiero Materiales	Presidenta del patio de comidas.
Implementar elementos de comunicación que permita la interacción entre turistas y el mercado.	Realización de ferias gastronómicas, para promocionar el turismo cultural de la ciudad de Pujili, con los platos que mas demanda posee.	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar la feria gastronómica • Socializar la propuesta final con las autoridades competentes. 	Patio de comidas del mercado cerrado de la ciudad de Pujili.	Humano Tecnológico Financiero Materiales	Profesional en gastronomía

Análisis

En el presente plan de acción se detallan las estrategias, tareas, actividades, que se diseñaron para la propuesta, además se detalla los recursos que se utilizaran ya sean humanos, financieros, materiales, tecnológicos que se necesitaran para la elaboración de las actividades, también se menciona a los responsables, quienes serán los encargados de ejecutar las actividades indicadas para dar cumplimiento al plan de acción.

3.5.7.- Desarrollo de las actividades

Tarea 1.1 Sugerencias para decoraciones y ambientaciones para el mercado cerrado de Pujili. Para lo cual se utilizara:

1.1.1.- Conocer el significado de los colores para el trabajo.

El significado de los colores viene definido principalmente por dos factores: el efecto que tienen en nuestro ánimo psicológico y en el significado cultural que le ha dado la sociedad desde sus orígenes. No es un secreto que los colores evocan emociones diferentes, y que los mercadólogos han aprovechado esta realidad por años.

Cuanto influye el color en una decisión

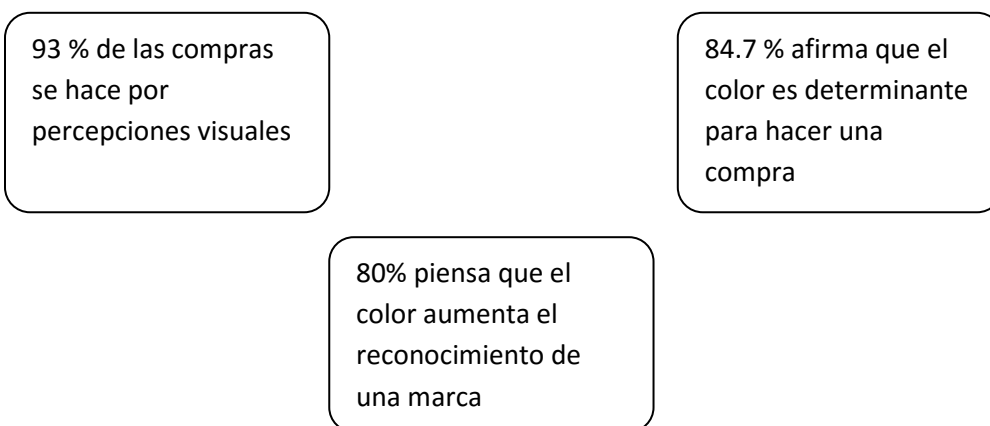


Tabla 74.
Significado de los colores.

 Seguridad, calma, honestidad, fuerza y confianza	 Energía, amor, excitación, acción y pasión	 Feliz, sociable, amigables, accesible	Amarrillo Lógico, optimista, visionario, confidente.
 Orgánico, natural.	 Imaginativo, creativo	 Sofisticado, lujoso, formal	 Positivo, sin limites

Fuente: (Allen. K, 2016).

Psicología de los colores primarios

Amarillo

Es considerado como un tono alegre y cálido. Sin embargo, también propicia el cansancio de la vista y hace llorar a los bebés.

Rojo

Atrae rápidamente la atención, evoca emociones fuertes e incrementa el apetito; también se asocia con la pasión, la intensidad y el amor. No obstante, estudios demuestran que el rojo puede afectar tu rendimiento al hacer tareas de concentración como resolver exámenes o tomar decisiones, ya que se asocia con el peligro.

Azul

Es el color preferido por los hombres. Propicia la calma, la productividad y la serenidad, por lo que es el más usado en las oficinas. También es sinónimo de confianza y seguridad, por lo que es ideal para aseguradoras, bancos e instituciones financieras.

Colores secundarios y terciarios

Verde

Se asocia a la salud, a la tranquilidad, al dinero y a la naturaleza. Está comprobado que los trabajadores que laboran en un ambiente de este tono tienen menos dolores de estómago. Sin embargo, el efecto del verde depende mucho de su tonalidad; los tonos profundos evocan abundancia, mientras que los claros, calman.

Morado

Significa lealtad, bienestar, éxito y sabiduría. Ésta es la razón por la que reyes y otros líderes usan atuendos morados.

Rosa

Es un color que tranquiliza y evoca al amor. Los tonos oscuros se usan para expresar diversión, emoción, energía y juventud por lo que son perfectos para accesorios de niñas y mujeres.

Blanco

Se relaciona a la pureza, a la inocencia y al vacío. Es ideal para usar en espacios pequeños ya que da una sensación de amplitud.

Café

Este color evoca a la tierra; a la confianza y la practicidad, pero también resulta algo aburrido y puede asociarse con suciedad.

Naranja

Este tono es sinónimo de entusiasmo, emoción, calidez y precaución. Por eso es usado para atraer la atención y provocar alegría.

Colores en espacios.

Cocina

El **amarillo**, para este espacio es perfecto. Incrementa el metabolismo, le agrega brillo y luz al lugar, y también brinda energía.

Comedor

El **rojo**, debido a que incrementa el apetito.

1.1.2.- Definir los colores más idóneos para la nueva decoración

Una nueva decoración y ambientación del patio de comidas del mercado cerrado de la ciudad de Pujili, es una gran idea para satisfacer de mejor manera a los clientes; por lo tanto se ha tomado en cuenta los conceptos de significancia en espacios como cocina y comedor, ya que en el lugar se fusionan las dos cosas. Por lo tanto los colores escogidos son el amarillo y el rojo porque cada uno tiene su significancia. El amarillo incrementa el metabolismo y le da brillo al lugar, finalmente el rojo porque incrementa el apetito.



Figura 48. Fachada actual del mercado.

En la imagen antes mencionada se observa la decoración actual, los nuevos cambios irían en toda la infraestructura, por ejemplo las franjas celestes irán de color rojo y lo tomate de amarillo ya que los dos colores forman un contraste único y es apto para un patio de comidas ya que se fusiona el lugar donde se cocina y el sitio donde se sirve los alimentos, por lo tanto. Lógicamente ya queda a veredicto del departamento de Planificación si realiza los cambios pertinentes con los colores sugeridos.

1.1.3.- Cotización

De acuerdo a una charla con el sr.Marco Rubio propietario de una ferretería ubicada en Latacunga el precio de la pintada del patio de comidas es un total de 2000 dólares, con todo lo que se pide en la propuesta.

1.1.4.- Socializar los costos

Para ver si lo aceptan o no, se realizara una pequeña sociabilización de la propuesta.

Tarea 2.1 Elaboración de una cartelera de tamaño real con los gráficos de un manipulador de alimentos correctamente uniformado.

Actividad 2.1.1 Diseñar los prototipos que van en la cartelera.

Sugerir los prototipos donde se encuentre un manipulador hombre o mujer con detalle del uso adecuado del uniforme de cocina. Escoger los diseños mejor presentados, para colocarlos en la cartelera de un manipulador (hombre y mujer), con sus respectivos uniformes y tomar muy en cuenta su presentación uñas cortas sin esmalte, sin joyas, recogidas el cabello y con malla. Ver anexo

Actividad 2.2.2 Dar a conocer el diseño de la cartelera a las autoridades.

Después de realizar el diseño, se procede a dar a conocer a las autoridades pertinentes la cartelera y que autoricen su exhibición.

Actividad 2.2.3 Cotización

Los costos para una pancarta gigante con las figuras establecidas y decoradas esta en un costo de 180 dólares, el mismo que deberían organizarse para ver si pagan entre los 35 miembros del patio de comidas o se hace cargo de la actividad

Actividad 2.2.4 Colocarla en un lugar visible.

Entre todas las vendedoras decidirán el lugar idóneo para colocar y donde los clientes puedan observar de mejor manera y estar informados de cómo deben estar presentadas las personas que le brindan el servicio.

Tarea 3.1 Diseño de guías de manipulación y atención al cliente.

Conforme a las brechas negativas del estudio se procede a elaborar una propuesta de guía de manipulación de alimentos que será sociabilizada para obtener su aceptación.

Actividad 3.1.1 Hacer un análisis situacional

Ayudará a reconocer las falencias en donde se debe trabajar las capacitaciones.

Análisis situacional de la manipulación de alimentos y del servicio en el mercado cerrado de la ciudad de Pujili.

Introducción

La industria gastronómica está cambiando rápidamente, algunas están pasando de una situación de protección regulada a una altamente competitiva. Al mismo tiempo, muchas empresas están empezando a ser de naturaleza internacional, donde están compitiendo con todas las empresas del mundo.

Estos cambios y los que permanentemente se están dando en el ámbito de los negocios han hecho obsoletos los tradicionales sistemas de medición. Hoy en día los restaurantes, mercados y patios de comidas son capaces de medir la capacidad de brindar el servicio, para constatar si está bien o está mal todo el proceso que realizan desde la manipulación de alimentos hasta brindar el servicio.

Misión

Satisfacer principalmente el exigente paladar de los clientes que acuden al mercado cerrado de la ciudad de Pujili, con el fin de sobrepasar las expectativas de nuestros clientes con conceptos únicos, basados en ingredientes de primera y procesos con estricta higiene, con el fin de lograr una mayor excelencia en los gustos de nuestra comensales.

Tabla 75.
Visión.

¿QUÉ TRATAMOS DE CONSEGUIR EN EL FUTURO?	Ser uno de los mercados más reconocidas a nivel zonal
¿PARA QUÉ LO HAREMOS?	Ofrecer un excelente servicio en alimentos y bebidas.
¿QUIÉN ES NUESTRO MERCADO?	Turista local y nacional.
¿EN QUÉ TIEMPO LO LOGRAREMOS?	Al 2020

“Al 2020 ser uno de los de los mercados más reconocidos a nivel zonal por ser líder en ofrecer un excelente servicio en alimentos y bebidas, mediante la

participación de los turistas nacionales y extranjeros, promoviendo la completa satisfacción del cliente”.

Análisis situacional

Dentro de la variedad de gastronomía que existe dentro del mercado cerrado de la ciudad de Pujili, es importante tener un análisis situacional riguroso y exhaustivo, ya que nos ayudara a conocer el estado de la manipulación de alimentos a nivel interno y externo porque siempre los factores van evolucionando y afectan al servicio de alimentos y bebidas.

Análisis interno

El análisis interno con la finalidad de mantener y desarrollar una ventaja competitiva, con relación a otros mercados existente en la misma zona, por ello debemos considerar que el verdadero propósito de este análisis debe comprender las características esenciales del servicio, que le permitan alcanzar la plena satisfacción del cliente.

Fortalezas

- Precios competitivos
- Zona concurrida por los clientes

Debilidades

- No posee habilidades en manipulación de alimentos
- Existencia de errores en el servicio.
- Proveedores que no transmiten confianza.

Trazar objetivos

Objetivo general

- La guía pretende reforzar técnica y didácticamente al personal que desarrolla actividades inspectoras y de capacitación en las buenas prácticas de manipulación de alimentos.

Objetivos específicos

- Determinar las formas de transmisión de enfermedades por los alimentos.
- Detallar las rutas y barreras de transmisión de enfermedades por los alimentos.
- Reforzar la información básica en cuanto a autorización, ubicación y servicios básicos de los establecimientos alimentarios.
- Determinar los cuidados de la cadena productiva de alimentos en cuanto a autorización, ubicación y servicios básicos de los establecimientos alimentarios.
- Detallar las rutas y barreras de transmisión de enfermedades por los alimentos.
- Reforzar la información básica en cuanto a autorización, ubicación y servicios básicos de los establecimientos alimentarios.
- Determinar los cuidados de la cadena productiva y frescura y etiquetado de productos, la compra, calidad y frescura y etiquetado de productos.
- Reforzar las buenas prácticas en los establecimientos de los alimentos, en relación a la higiene del local, higiene de utensilios, higiene personal y el control de insectos y roedores.

Actividad 3.1.2 Realizar la guía con respecto a manipulación de alimentos.

Se detalla la guía que se podría utilizar para darles a conocer los pasos correctos de manipulación de alimentos, pero si no es del agrado está en la libre expresión de cambiar de acuerdo al conocimiento del experto que imparta la capacitación. Ver anexo 6.

Actividad 3.1.3 Dar a conocer la guía como instrumento.

En una reunión sociabilizar la guía, si el experto que dará las capacitaciones acepta, se utiliza o el mismo será el que proponga otra guía, para las capacitaciones.

Actividad 3.2.1 Hablar con las autoridades del ARCSA y de las escuelas más representativas de la ciudad de Latacunga.

Realizar un oficio dirigido a la máxima autoridad que direcciona el ARCSA zonal 3 ubicada en la provincia de Chimborazo, para que ellos emitan la orden a la agencia de Latacunga y conjuntamente con la presidenta de los comerciantes de comida preparada y con la autoridades municipales organicen las capacitaciones.

De igual forma enviar o entrevistarse con los directivos de las escuelas de gastronomía más representativas de la ciudad de Latacunga para organizar las capacitaciones.

Actividad 3.2.2 Cotización

Para los costos la agencia de regulamiento y control sanitario no cobra porque es un institución pública, para todo tipo de personas; mientras tanto las escuelas si cobran un costo de 15 dólares la hora a un grupo de 15 personas, como son 34 personas lo más conveniente es dividirles en dos (17 en la mañana y 17 en la tarde) para un mejor entendimiento.

Actividad 3.2.3 Diseño de guías de manipulación y atención al cliente.

Actividad 3.2.4 Planificar las reuniones

Introducción

Las reuniones permiten compartir, dentro de un grupo de personas, el mismo nivel de conocimiento acerca de un tema o problema y además una toma de decisiones colectiva. En efecto, las decisiones tomadas en forma colectiva, con representantes de las diversas entidades involucradas, serán aceptadas con mayor facilidad por todas las partes implicadas.

Motivo de la reunión

El motivo de la reunión es capacitarles en temas de manipulación de alimentos, para brindar un mejor servicio al cliente y se sienta satisfecho.

Objetivo de la reunión

- Generar las capacitaciones de los comerciantes de comida preparada del mercado cerrado de Pujilí en temas de manipulación de alimentos, para mejorar la satisfacción del cliente.

Alcance de la reunión

Número y capacidad de participantes: Es conveniente reducir el número de los participantes para evitar reducir la eficiencia de la reunión. También es necesario armonizar el perfil de los participantes, en particular en lo que se refiere al nivel técnico.

Duración

La reunión dura dos horas.

Agenda

La agenda delimita la programación del trabajo en temas correctamente formulados. Es necesario establecer plazos correctos para tratar los diversos puntos de la agenda.

Tabla 76.
Agenda de la reunión.

Tema	Responsable
Transmisión de enfermedades por alimentos	Chef profesional
Contaminación de los alimentos durante la preparación	Chef profesional
Autorización sanitaria del establecimiento	Chef profesional
Cadena productiva de alimentos	Chef profesional
Entrega de alimentos para consumo inmediato	Chef profesional.
Buenas prácticas en la preparación	Chef profesional

Duración

30 horas.

Durante la reunión

La bienvenida.

- Se realiza la reunión.
- Se toma lista.
- Se comienza con el tema establecido, por cada fecha.
- Al final se pide un resumen a tres participantes para ver su grado de atención en la reunión.
- Se hace firmar la lista de asistencia para conseguir su permiso.

Tarea 4.1. Capacitaciones de atención al cliente.

Actividad 4.1.1 Desarrollo de la guía de atención al cliente. Ver anexo 6.

Definición de taller

Un taller es un programa educacional corto e intensivo, para una cantidad relativamente pequeña de personas, en un área de conocimientos determinada que hace énfasis en la participación para la resolución de problemas.

Planificación antes del taller

Definir los objetivos

- Estimular a los manipuladores de comida preparada a brindar el servicio en menos tiempo posible.

Averiguar quién va ser la audiencia

La audiencia serán las comerciantes de comida preparada del mercado cerrado de la ciudad de Pujili y si es posible también los que específicamente les ayudan a servir el plato al cliente.

Determinar el método de enseñanza

Para la enseñanza se tomara en cuenta que son personas adultas, entonces la forma será más dinámica para que no se cansen y las cosas concretas; a continuación se enlista los temas a seguir en cada reunión:

Tabla 77.

Agenda de la capacitación de atención al cliente.

Tema	Responsable
Historia del servicio	Profesional
Reglas principales de atención al cliente.	Profesional
Servicio de alimentos y bebidas.	Profesional
Principios del servicio.	Profesional
Tiempos de comida a servir en Ecuador.	Profesional
Manejo de residuos	Profesional
Desinfección y limpieza de mesas.	Profesional

Duración del curso

30 horas a horarios a convenir.

Observaciones

- Las capacitaciones tienen la duración de un año, por el grupo que es extenso y porque deben empezar por lo más básico.
- Si al profesional, no le gusta la agenda está en su derecho de cambiar los temas como mejor le parezca.

En el taller

Presentar a los participantes entre si

Se realizara dinámicas para presentar a los participantes; que mencionen sus nombres, que les gusta hacer y cómo se describen cada uno de ellos. Conocer a los participantes nos permitirá enfocarnos correctamente en el material. Con esta información deberemos encontrar un balance entre las cosas a explicar, y poder así satisfacer las expectativas del grupo.

Contar los objetivos de la sesión

Contarle al grupo lo que esperamos lograr en el tiempo disponible. Entonces el objetivo es estimular a los manipuladores de comida preparada a brindar el servicio en menos tiempo posible. Para conseguir la completa satisfacción del cliente.

Crear un ambiente relajado

El presentarse entre todos los miembros del equipo tiene que ayudar a crear un ambiente de cooperación mutua y colaboración. También ayuda el contar por adelantado la agenda del taller. La participación activa y las preguntas también ayudan a reforzar la sensación de tranquilidad y lugar relajado para el aprendizaje.

Fomentar la participación

La participación es uno de los elementos clave en los talleres. Hay que involucrar a los participantes en todas las etapas de la sesión. Invitarlos a preguntar, discutir en el grupo y debatir. Fomentar a los participantes a aprender entre ellos. Si surge un problema, permitir que el mismo grupo intente resolverlo.

Brindar la información

La participación activa y la interacción son esenciales para un taller exitoso, los participantes también tienen que sentir que aprendieron algo. Los talleres se hacen para promover la adquisición de nuevos conocimientos y de aptitudes y capacidades. Por lo tanto, se debe brindar alguna información.

Recordar los métodos de aprendizaje de los adultos

Los adultos llegan a las situaciones de aprendizaje con distintas motivaciones y expectativas sobre los objetivos y métodos del aprendizaje. Más aún, gran parte del aprendizaje de adultos significa "re-aprender" en vez de aprender nuevas cosas, y en general no les gusta el rol de "estudiante". Los incentivos para el aprendizaje de adultos suele venir de motivos internos a cada persona. Por lo tanto, es importante respetar el conocimiento y la experiencia previa del grupo.

Actividad 4.1.2 Cotización

Los costos para el taller se detallan de acuerdo al profesional que lo realice y a los materiales que utilizará, a continuación se detalla

Tabla 78.
Costos de las capacitaciones.

Descripción	Valor
Material didáctico	200.00
Planificación	50.00
Honorarios	180.00
Total	430.00

Tarea 5.1 Implementación de buzones de sugerencias, para corroborar si el tiempo es el adecuado para servir.

Actividad 5.1.1 Conocer el propósito de los buzones.

Dentro de los medios más formales que las organizaciones instituyen para su comunicación ascendente, el Buzón de Sugerencias se presenta como una de las alternativas de uso más frecuente, instrumento que nos permite medir las expectativas y niveles de satisfacción de nuestros usuarios y del personal. En este caso en el mercado cerrado de Pujili, se implementará un buzón para saber si están de acuerdo con el tiempo que se les brinda el servicio.

Propósito

La creación del buzón de sugerencias, del mercado cerrado de Pujili se encuentra comprometida a dar cumplimiento y seguimiento a todas aquellas quejas, sugerencias y felicitaciones de los clientes que realicen en algún momento.

Actividad 5.1.2 Escoger el modelo

Propuesta 1



Figura 49 Buzón de material reciclado

Propuesta 2



Figura 50 Buzón de madera

Las ideas están escritas, en la sociabilización se tomara la mejor propuesta para realizarlo.

Actividad 5.1.3 Revisar el material

1.- Elegir el material del buzón de sugerencias

Para empezar como táctica para ver si ha mejorado el servicio, sería un buzón de cartón amigable con el ambiente, cortar un agujero en la caja lo suficiente grande para poder echar trozos de papel, pero no tan grande como para volver a sacarlos de forma fácil.

2.- Adoptar el color idóneo para el buzón

El color sería el azul porque representa amabilidad, simpatía que demuestran las vendedoras con los clientes y la confianza que inspiran al momento de vender sus alimentos.

3.- Ver las unidades que se mandarían hacer

Las unidades aptas son 4 para colocar en cada salida y entrada del mercado y así lograr verificar que el servicio este correcto.

4.- Diseñar el formato de la hoja que llenara para colocar en el buzón

Para verificar si el servicio esta correcto, se realizará un formato donde el cliente colocara su punto de vista; tomar en cuenta que se tomo en cuenta el formato de la Universidad Autónoma del Estado de México y se acoplo a la necesidad del investigador.


 <p>Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Pujilí.</p>	
Agradeceríamos que llenes con sinceridad las sugerencias. Gracias	
Fecha	
Servicio (s) utilizado (s)	
Alimentación	<input type="checkbox"/>
Bebidas	<input type="checkbox"/>
Compra de verduras	<input type="checkbox"/>
Sugerencia:	
Mantener los alimentos a temperaturas adecuadas	<input type="checkbox"/>
Aseo de las instalaciones	<input type="checkbox"/>
Usa guantes para manipular alimentos	<input type="checkbox"/>
La atención es buena	<input type="checkbox"/>
De acuerdo a tu sugerencia emite un comentario	

Figura 51 Formato de sugerencias

5.- Socializar la actividad.

Dar a conocer a las autoridades de la idea que se dejara planteada a ver si lo dejan o le cambias, pero la estrategia ya está escrito, es cuestión de las autoridades ver si lo ponen en práctica.

Actividad 5.1.4 Ver costos

Tabla 79.
Costos para realizar los buzones de sugerencias.

Descripción	Costo
Cartones	3.00
Pega	5.00
Tijeras	2.00
Papel	1.50
Base para colocar el buzón	6.80
Marcadores	1.50
Total	19.80

El total a gastar será de 19.80 para realizar como mínimo 3 buzones.

Actividad 5.1.5 Escoger el lugar para colocarlo

Se definirá en la reunión, con todas las socias del patio de comidas de comidas del mercado de la ciudad de Pujili.

Tarea 6.1 Realización de ferias gastronómicas, para promocionar el turismo cultural de la ciudad de Pujili, con los platos que mas demanda posee.

Tarea 6.1.1 Planificar la feria gastronómica

Definición de feria turística

Evento social, económico y cultural que se lleva a cabo en una determinada sede, que puede tener una duración en el tiempo temporal, periódica o anual y que generalmente abarca un tema, temática o propósito común.

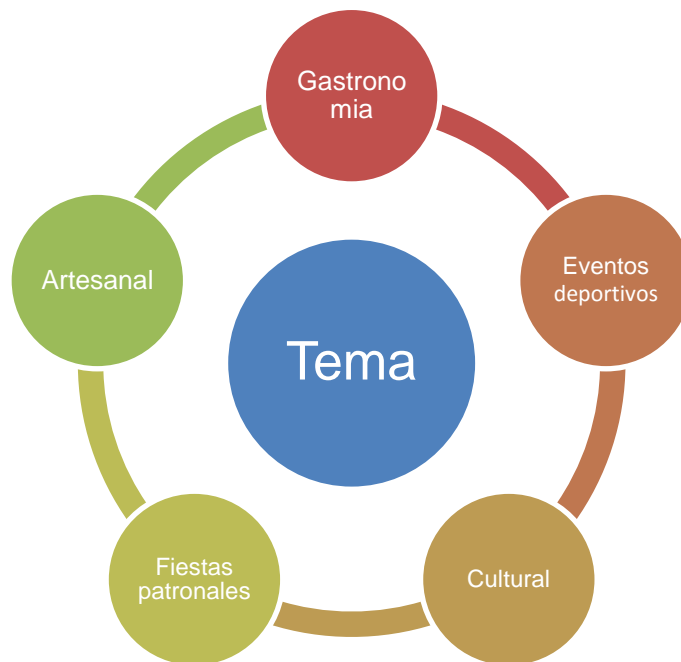


Figura 52 Temática de la feria

Pasos para el montaje de una feria de turismo

Para poder desarrollar la feria se toma en cuenta tres fases:

- Fase de diseño y planeación
- Fase de ejecución de evento turístico
- Fase de evaluación

Fase 1: Diseño y Planeación

Se consideran los requerimientos técnicos, económicos, administrativos, logísticos, materiales, humanos, así como el político.

Para el proceso se relacionan:

Consenso de la feria

La feria se realizará con el fin de promocionar la gastronomía de la ciudad de Pujili, con los platos que se ofertan dentro del mercado cerrado.

Definición de objetivos

Promocionar la gastronomía de Pujili.

Colocar en un punto relevante al turismo cultural de Pujili.

Verificar si el servicio en alimentos y bebidas ha mejorado.

Ubicación, duración

La feria se realizara en la ciudad de Pujili, con una duración de 4 horas para demostrar la calidad en el servicio de alimentos y bebidas, sin dejar de lado la promoción de la gastronomía que se expende en el mercado cerrado del mismo lugar.

Oferta de productos

- Selección de empresas participantes
- Los participantes serán las 34 comerciantes de comida preparada, que expenden sus productos en el mercado.

Convocatoria de inscripción

En este caso no sería una convocatoria porque es interna, simplemente se les hace llegar un oficio que se realizara la feria y que cada una debe preparar lo que expende el día de feria (domingos), lo que cambia es la cantidad porque habrá más asistentes de los común.

Eventos colaterales

Para esto se toma en cuenta otras actividades para atraer al cliente que compre y disfrute la feria que es el propósito para dar a conocer la gastronomía de Pujili. Cabe recalcar que también se puede tener:

- Programa artístico.
- Promoción del turismo en Pujili.
- Publicidad del evento

FERIA GASTRONOMICA 2017

Te invitamos a visitar el cantón con diversidad gastronómica... ayudamos a constar el servicio excelente.....



Las vendedoras de comida preparada del mercado, demostraran sus buenas prácticas de manipulación de alimentos y la mejora en el servicio.



¡No faltes!



Gobierno Autónomo Descentralizado
Municipal del Cantón Pujili.

Figura 53 Publicidad para la feria

Presupuesto

Es uno de los documentos clave para cualquier autónomo o freelance, especialmente si su actividad implica la prestación de servicios o si el precio de sus productos no es cerrado.

Tabla 80.
Presupuesto de la feria.

Ingresos	Total
Ingreso por venta de comida	7000
Ingreso por persona adulta	2500
Ingreso por menores de edad	1000
Total ingresos	10500
Gastos	
Alquiler de carpas (35)	1400
Alquiler de sonido	500
Gasto publicidad	500
Gasto artistas	2500
Gasto permisos	320
Gasto comida	2000
Total gastos	7220
Total ganancia	3280

Tomando en cuenta que se contara con la presencia de 2500 personas adultas, la entrada será a 1 dólar y los niños a 0,50 centavos y habrá 200 niños; la comida se venderá el plato a 3,00. Conjuntamente los gastos que se necesitara sonido, unos artistas invitados para el show, permisos claro que serán un poco sencillos ya que lo hará la dirección de turismo, finalmente la comida que harán conjuntamente las comerciantes de comida preparada.

Permisos

- El permiso de suelo que otorga el municipio en el área de planificación.
- Oficinas a la policía para mayor seguridad.

Fase 2 ejecución del evento

La feria se realizara en la fecha establecida, la hora indicada y con los participantes (comerciantes de comida preparada del mercado de Pujili).

Fase 3 evaluación del evento

Básicamente se puede evaluar en tres aspectos:

- Evaluación durante el evento
- Evaluación de las ventas y cotizaciones
- Evaluación del impacto que tuvo la feria

Evaluación durante el evento: después del evento realizar una evaluación, verificar el presupuesto y el resultado de los gastos realizados, conjuntamente de un informe de la actividad.

Evaluación PIN (positivo, interesante, negativo); para conocer si el espectador quedo satisfecho.

Poner fecha a la feria.

La feria se realizara la fecha establecida por el departamento de turismo del municipio de la ciudad de Pujilí.

Tarea 7.1 Socializar la propuesta final con las autoridades competitivas

En primer lugar se convoca a los beneficiarios por medio de un oficio que hará entrega la señora presidenta, en la misma ira fecha, hora y el lugar donde se realizará la socialización; para lo cual se tendrá la siguiente agenda:

Tabla 81.
Agenda de la socialización.

Agenda de la Socialización		
Hora	Actividad	Responsable
16:00-16:20	Registro de los participantes	Administrador de plazas y mercados o el señor Comisario
16:20-16:40	Bienvenida	Tesista Paulina Changoluisa
16:40- 17:20	Presentación del proyecto	Paulina Changoluisa
17:20- 17:40	Discusión de las estrategias	Paulina Changoluisa
17:40- 17:50	Palabras del Administrador de plazas y mercado	Comerciantes y presidenta del patio de comida
18:00	Despedida	Agradece la señorita Paulina Changoluisa
18:10-18:20	Entrega de un refrigerio	Paulina Changoluisa

La finalización de la sociabilización, con la despedida de las autoridades presentes y con la entrega formal de la propuesta a la señora presidenta y al administrador de plazas y mercado para que tomen la decisión que seguir con las estrategias planteadas.

3.5.8.- Presupuesto

**Tabla 82.
Presupuesto.**

Estrategias	Tareas	Actividades	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Diseñar un instructivo para uso de colores y decoración en ambientes internos de patios de comida.	Sugerencias para decoraciones y ambientaciones para el mercado cerrado de Pujili.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer el significado de los colores para el trabajo. • Definir los colores más idóneos para la nueva decoración • Cotización • Socializar los costos 	1	2000.00	2000.00
Efectuar un prototipo de la presentación adecuada del uniforme del manipulador de alimentos, (hombre, mujer).	Elaboración de una cartelera de tamaño real con los gráficos de un manipulador de alimentos correctamente uniformado.	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar los prototipos que van en la cartelera. • Dar a conocer el diseño de la cartelera a las autoridades. • Cotización • Colocarla en un lugar visible. 	2	180.00	360.00
Realizar capacitaciones en las cuales el personal pueda adquirir destrezas en manipulación de alimentos, para mejorar el servicio con el cliente.	Diseño de guías de manipulación y atención al cliente. Organización de capacitaciones con chefs profesionales y con el ARCOSA (Agencia de regulamiento y control sanitario).	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer un análisis situacional • Realizar la guía con respecto a manipulación de alimentos. • Dar a conocer la guía como instrumento. • Hablar con las autoridades del ARCOSA y de las escuelas de gastronomía más representativas de la ciudad de Latacunga. • Cotización • Planificar reuniones 	34	40	1360.00
Efectuar charlas de atención al cliente.	Capacitaciones de atención al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar la guía de atención al cliente • Planificar las capacitaciones 	35	20	680.00

CONTINÚA →

		<ul style="list-style-type: none"> • Cotización 			
	Implementación de buzones de sugerencias, para corroborar la atención al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer el propósito de los buzones. • Escoger el modelo • Revisar el material • Cotización • Escoger el lugar para colocarlo 	3	6.60	19.80
Implementar elementos de comunicación que permita la interacción entre turistas y el mercado.	Realización de ferias gastronómicas, para promocionar el turismo cultural de la ciudad de Pujili, con los platos que mas demanda posee.	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar la feria gastronómica • Socializar la propuesta final con las autoridades competentes. 	34	100.00	3400.00
Total					7819.80
Dividido para el numero de comerciantes de comida preparada					/35
Total para cada comerciante.					\$ 223.42

Análisis

El presupuesto total analizado para toda la propuesta planteada sería de \$7819.80, este monto se requeriría para la elaboración del plan de acción para mejorar el atributo de elementos tangibles y fiabilidad del servicio, para una mejor atención a las necesidades del cliente de; cabe destacar que existen 35 puestos pero se trabajó con 34 que son las que venden comida preparada, en el presupuesto si se toma en cuenta porque también correrá con los gastos ya que es un beneficio para todos. El gasto es de \$ 223.42 para cada comerciante.

3.5.9.- Cronograma

**Tabla 83.
Cronograma.**

Estrategias	Tareas	Actividades	Tiempo de producción	Frecuencia de duración
Diseñar un instructivo para uso de colores y decoración en ambientes internos de patios de comida.	Sugerencias para decoraciones y ambientaciones para el mercado cerrado de Pujili.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer el significado de los colores para el trabajo. • Definir los colores más idóneos para la nueva decoración • Cotización • Socializar los costos 	3 meses	1 año
Efectuar un prototipo de la presentación adecuada del uniforme del manipulador de alimentos, (hombre, mujer).	Elaboración de una cartelera de tamaño real con los gráficos de un manipulador de alimentos correctamente uniformado.	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar los prototipos que van en la cartelera. • Dar a conocer el diseño de la cartelera a las autoridades. • Cotización • Colocarla en un lugar visible. 	2 meses	1 año
Realizar capacitaciones en las cuales el personal pueda adquirir destrezas en manipulación de alimentos, para mejorar el servicio con el cliente.	Diseño de guías de manipulación y atención al cliente. Organización de capacitaciones con chefs profesionales y con el ARCSA (Agencia de regulamiento y control sanitario).	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer un análisis situacional • Realizar la guía con respecto a manipulación de alimentos. • Dar a conocer la guía como instrumento. • Hablar con las autoridades del ARCSA y de las escuelas de gastronomía más representativas de la ciudad de Latacunga. • Cotización • Planificar reuniones 	6 meses	6 meses
Efectuar charlas de atención al cliente.	Capacitaciones de atención al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar la guía de atención al cliente • Planificar las capacitaciones 	5 meses	5 meses

CONTINÚA →

		<ul style="list-style-type: none"> • Cotización 		
	Implementación de buzones de sugerencias, para corroborar la atención al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer el propósito de los buzones. • Escoger el modelo • Revisar el material • Cotización • Escoger el lugar para colocarlo 	1 mes	1 año
Implementar elementos de comunicación que permita la interacción entre turistas y el mercado.	Realización de ferias gastronómicas, para promocionar el turismo cultural de la ciudad de Pujili, con los platos que mas demanda posee.	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar la feria gastronómica • Socializar la propuesta final con las autoridades competentes. 	1 mes	1 año

Análisis

Todas las estrategias, tareas y actividades que se realizarán para la elaboración del plan de acción, para mejorar los atributos elementos tangibles y fiabilidad, para mantener una buena satisfacción del cliente con el servicio que percibe, tendrán un lapso de duración de un año, en el cual se realizaran consecutivamente cada una, para al final poder cumplir con el objetivo planteado.

Para la realización del cronograma del plan de acción, se presenta una tabla descriptiva que muestra el listado de las tareas a realizar, he indica la cantidad de tiempo que se tiene que tomar en cuenta para la producción y la frecuencia con la que se debe realizar dicha tarea.

CAPÍTULO IV

4. SOCIALIZACIÓN

4.1.- Informe de la agenda a cumplir en la socialización.

En primer lugar se convoca a los beneficiarios por medio de un oficio que hará entrega la señora presidenta, en la misma ira fecha, hora y el lugar donde se realizará la socialización; para lo cual se tendrá la siguiente agenda:

Tabla 85.
Itinerario de la socialización.

Itinerario de la Socialización		
Hora	Actividad	Responsable
16:00-16:20	Registro de los participantes	Administrador de plazas y mercados o el señor Comisario
16:20-16:40	Bienvenida	Tesista Paulina Changoluisa
16:40- 17:20	Presentación del proyecto	Paulina Changoluisa
17:20- 17:40	Discusión de las estrategias	Paulina Changoluisa
17:40- 17:50	Palabras del Administrador de plazas y mercado	Comerciantes y presidenta del patio de comida
18:00	Despedida	Agradece la señorita Paulina Changoluisa
18:10-18:20	Entrega de un refrigerio	Paulina Changoluisa

La finalización de la sociabilización, con la despedida de las autoridades presentes y con la entrega formal de la propuesta a la señora presidenta y al

administrador de plazas y mercado para que tomen la decisión que seguir con las estrategias planteadas.

CONCLUSIONES

- Para la investigación fue apropiado el establecimiento de fundamentos, conceptos, teorías y enfoques que permitieron al investigador conocer profundamente las variables del proyecto, además de identificar claramente cada una de las dimensiones e indicadores que conforman las mismas, lo cual permitió ejecutar una investigación adecuada con criterios técnicos y científicos, aportando resultados verídicos y confiables de información.
- Las variables de la investigación fueron evaluadas mediante, modelos como el deductivo, el cual nos ayuda a ir de lo general a lo particular de la investigación, igualmente se usó un enfoque cuantitativo, ya que el proyecto estuvo inmerso en la recolección de datos cuantitativos, los cuales posteriormente fueron interpretados y analizados, para la obtención de los resultados finales, además de la utilización de tipos de investigación como la descriptiva quien nos aportó, para describir las características y funciones del mercado de cada uno de las variables, también se manejó la fórmula de muestreo para población finita y finalmente se utilizó técnicas de campo, como la encuesta, la cual se realizó para la variable “manipulación de alimentos” a través de un cuestionario estructurado en base a la norma Inen de mercados saludables, de igual manera para la variable “calidad del servicio en alimentos y bebidas” se usó el modelo de estudio denominado SERVQUAL, quien fue desarrollado a través de un cuestionario pre establecido para ese modelo, el cual permitió obtener y determinar la importancia relativa de las dimensiones del servicio.
- La propuesta fue establecida en base a los hallazgos encontrados en el modelo SERVQUAL y el cuestionario de a norma Inen de mercados saludables, se identificó dos atributos deficientes en la dimensión de elementos tangibles y fiabilidad y en otro cuestionario la deficiencia de la manipulación de alimentos, por lo cual se ha establecido una propuesta de diseño de un plan de acción, los beneficiarios serán los comerciantes

de comida preparada del mercado de la ciudad de Pujili y los clientes que se acercan al mismo.

- La sociabilización se realiza para manifestar la culminación del proyecto y medir el grado de aceptabilidad y conformidad por parte de los beneficiarios con la investigación.

RECOMENDACIONES

- Como primer punto importante, se recomienda que para la aplicación del presente proyecto de investigación, se debería revisar la fundamentación teórica, y capacitar sobre todos los elementos básicos que se encuentran dentro de la misma, ya que todos estos componentes vienen a conformar la base de toda la información del proyecto de indagación.
- Se recomienda que para futuras investigaciones especialmente en el área de servicio se trabaje con la metodología establecida en el proyecto, en especial la aplicación del modelo SERVQUAL, ya que permite un estudio óptimo de las cinco dimensiones de la calidad del servicio, a través de parámetros pre establecidos en la estructura del instrumento o el cuestionario SERVQUAL, sabiendo destacar que en la actualidad es uno de los modelos más utilizados y con mayor aceptación por parte de los investigadores en el ámbito de los servicios.
- Para la implementación de la propuesta se recomienda seguir las estrategias, tareas, y actividades planeadas para el plan de acción, ya que se ha seguido una investigación seria, basada en resultados verídicos y confiables, los cuales definieron posibles alternativas, para dar soluciones a los problemas encontrados.
- Siempre que se realice un trabajo para una entidad, se debe socializar para saber el grado de aceptabilidad del proyecto de investigación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almeida, Alfonso., Barcos, Lucía., & Martín, Juan. (2006). Gestión de la calidad de los procesos turísticos. Madrid- España: Editorial Síntesis,S.A.
- Bernal, César. (2006). Metodología de la Investigación. México, D.F: Editorial Pearson Educación.
- Beteta, Marco. (2013). MB. La temperatura en los alimentos, tips que debes conocer. Recuperado el 28 de Agosto del 2016, de <http://www.marcobeteta.com/recetas/alimentos/la-temperatura-en-los-alimentos-tips-que-debes-conocer/>
- Cabrero, Julio. (1994). Evaluar para mejorar: medios y materiales de enseñanza. Barcelona- España: Editorial Sancho.
- Cadena, Gonzalo. (2011). Factores internos que hacen que la atención al cliente en un establecimiento de alimentos y bebidas de un patio de comidas sea fría y poco amable. Quito- Ecuador: Editorial Universidad de Especialidades Turisticas .
- Cantú, Humberto. (2001). Desarrollo de una Cultura de Calidad . México, D.F: Editorial Mc Graw Hill Interamericana, Editores S.A.
- Capel, José. (2011). El país. Gastronotas de Capel. Recuperado el 28 de Marzo del 2016, de <http://blogs.elpais.com/gastronotas-de-capel/2011/09/comer-en-los-mercados.html>
- Cárdenas, María. (2015). Ficha de monitoreo y evaluación . México, D.F: Editorial Coneval.
- Escobar, Jazmín., & Bonilla, Francy. (2008). Cuadernos hispanoamericanos de psicología. Bogotá- Colombia: Editorial Universidad el Bosque.
- Eva, María. (2009). Consumoteca . Obtenido de Manipulación de alimentos. Recuperado el 05 de noviembre del 2009, de

<http://www.consumoteca.com/alimentacion/seguridad-alimentaria/manipulacion-de-alimentos/>

Feed, Rss. (2009). La singularidad de los mercados aborígenes del Ecuador. Ecuador. com. Recuperado el 08 de Mayo del 2016, de <http://www.ecuador.com/espanol/blog/la-singularidad-de-los-mercados-aborigenes-del-ecuador/>

Gallego, Jesús & Melendo, Ramón. (2014). Diccionario de Hostelería. Madrid-España:Editorial Thomson.

Llauradó, Oriol. (2016). Net-Quest. La escala de Likert. Recuperado el 24 de febrero del 2016, de <http://www.netquest.com/blog/es/author/ollaurado>

Machado , Esther., & Hernandez, Yanet. (2007). Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado. Cuba: Universidad Central Martha Abreu de las Villas.

Méndez, Gustavo. (2008). Manual de estudio Seguridad de los Alimentos H.A.C.C.P. New York- Estados Unidos: Editorial East Branch.

Mollinedo, Julio. (2010). Plan de acción: Implementacion de las recomendaciones del comité de expertos del mecanismo de seguimiento de la convención interamericana contra la corrupción. La Paz- Bolivia: Editorial Anteproyecto .

Pazos, Julio. (2008). El sabor de la memoria historia de la cocina quiteña. Quito-Ecuador: Editorial Fonsal.

Unigarro, Catalina. (2010). Patrimonio Cultural alimentario. Quito- Ecuador: Editorial Ministerio de Cultura.

Vera, Jorge., & Trujillo, Andrea. (2007). El papel de la calidad del servicio del restaurante como antecedente de la lealtad del cliente. Talca- Chile: Editorial Universidad de Talca

Villamarín, Carlos. (2016). La ciudad que se negó a convertirse en una nueva Pompeya. Pais de leyenda. Recuperado el 19 de julio de 2016, de <http://www.paisdeleyenda.com/geografia/pujili.htm>

ANEXOS



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DEL
COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA

CERTIFICACIÓN

Se certifica que el presente trabajo fue desarrollado por la señorita **PAULINA DE LOS ÁNGELES CHANGOLUISA TRÁVEZ**.

En la ciudad de Latacunga, a los: **13 días del mes de diciembre del 2016**.

Lic. Ismael Guanoluisa.
DIRECTOR DEL PROYECTO

Aprobado por:

Ing. Carlos Albán Yáñez
DIRECTOR DE CARRERA

Dr. Juan Carlos Díaz Álvarez
SECRETARIO ACADÉMICO

