

Universidad de Huánuco
Facultad de Ciencias Empresariales
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE TURISMO,
HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA



UDH
UNIVERSIDAD DE HUANUCO

TESIS

**LAS BUENAS PRÁCTICAS DE MANIPULACIÓN DE
ALIMENTOS Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL
CHIFA POLLERÍA ESPINOZA, DISTRITO DE PANAO
PROVINCIA DE PACHITEA 2019.**

**Para Optar el Título Profesional de :
LICENCIADO EN TURISMO HOTELERÍA
Y GASTRONOMÍA**

TESISTA

Bach. COZ ARRATEA, Efrain Clintón

ASESORA

Mtra. CRISTÓBAL LOBATÓN, Idelia Mirta

**Huánuco - Perú
2019**

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE TURISMO, HOTELERÍA Y
GASTRONOMÍA

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huánuco, siendo las 15:00 horas del día 12 del mes de septiembre del año 2019, en el Auditorio de la Facultad de Ciencias Empresariales (Aula 202-P5), en el cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunió el Jurado Calificador, integrado por los docentes:

Mtro. Simeón Soto Espejo	(Presidente)
Mtra. Vicky Evely Ortega Buleje	(Secretaria)
Mtra. Diana Huerto Orizano	(Vocal)

Nombrados mediante la Resolución N° 1437-2019-D-FCOMP-EAPTHG-UDH, para evaluar la Tesis intitulada: **“LAS BUENAS PRÁCTICAS DE MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL CHIFA POLLERÍA ESPINOZA, DISTRITO DE PANAÓ PROVINCIA DE PACHITEA 2019”**, presentada por el (la) Bachiller **COZ ARRATEA, Efrain Clintón**; para optar el título Profesional de Lic. Turismo, Hotelería y Gastronomía.


Dicho acto de sustentación se desarrolló en dos etapas: exposición y absolución de preguntas; procediéndose luego a la evaluación por parte de los miembros del Jurado.

Habiendo absuelto las objeciones que le fueron formuladas por los miembros del Jurado y de conformidad con las respectivas disposiciones reglamentarias, procedieron a deliberar y calificar, declarándolo (a) aprobado con el calificativo cuantitativo de 15 (quince) y cualitativo de bueno (Art.45 y 47 - Reglamento de Grados y Títulos).

Siendo las 15:45 horas del día 12 del mes de septiembre del año 2019, los miembros del Jurado Calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.


Mtro. Simeón Soto Espejo
PRESIDENTE


Mtra. Vicky Evely Ortega Buleje
SECRETARIA


Mtra. Diana Huerto Orizano
VOCAL

DEDICATORIA

A mis padres y hermanos
por su apoyo
incondicional en toda mi
carrera universitaria.

AGRADECIMIENTO

A las autoridades y docentes de la Universidad de Huánuco, que permitieron acogerme en sus aulas universitarias para forjar mi camino como profesional

A la facultad de Ciencias Empresariales y la Escuela Académico profesional de Turismo Hotelería y Gastronomía.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO	III
RESUMEN	VI
ABSTRACT.....	VII
INTRODUCCIÓN	VIII

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCION DEL PROBLEMA	9
1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA.....	11
1.3. OBJETIVO GENERAL	11
1.4. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	11
1.5. JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACIÓN	12
1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	13
1.7. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	13

CAPÍTULO II

MARCO TEORICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION	14
2.2. BASES TEORICAS.....	21
2.3. DEFINICION DE CONCEPTOS BASICOS	30
2.4. HIPOTESIS	32
2.5. VARIABLES.....	33
2.5.1. VARIABLE INDEPENDIENTE	33
2.5.2. VARIABLE INDEPENDIENTE	33
2.6. OPERACIONALIZACION DE VARIABLES.....	34

**CAPÍTULO III
MÉTODOS Y TÉCNICAS**

3.1. POBLACIÓN Y MUESTRA	36
3.2. TIPO DE INVESTIGACION.....	37
3.2.1. Nivel.....	37
3.2.2. Enfoque.....	37
3.2.3. Diseño.....	37
3.3. TÉCNICAS DE RECOLECCION DE DATOS.....	38
3.4. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION.....	39

**CAPÍTULO IV
RESULTADOS**

4.1. Presentación de resultados en concordancia con las variables y objetivos	41
4.2. Contrastación de hipótesis y prueba de hipótesis.....	56

**CAPÍTULO V
DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

5.1. CONTRASTACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	60
CONCLUSIONES.....	62
RECOMENDACIONES	64
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	66
ANEXOS.....	68

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo Determinar la relación de las buenas prácticas de manipulación de alimentos y la satisfacción del cliente del Chifa Pollería Espinoza, distrito de Panao provincia de Pachitea 2019; la pregunta de investigación ¿Cómo se relaciona las buenas prácticas de manipulación de alimentos y la satisfacción del cliente del Chifa Pollería Espinoza, distrito de Panao provincia de Pachitea 2019?; la población Está conformada por los clientes del CHIFA POLLERÍA ESPINOZA de la localidad de Panao, tomando como referencia la estadística de comensales de un mes que hacen un total de 1852; Para hallar la muestra de estudio de la población, se escogió el muestreo probabilística y la selección de los elementos de la muestra por el criterio muestreo aleatorio simple siendo un total de 178, el tipo de investigación en aplicada, el nivel descriptivo correlacional, el enfoque cuantitativo y el diseño no experimental de tipo transversal, la técnica a utilizar es la encuesta y el instrumento el cuestionario que se aplicó a los comensales del restaurante; se llegó a la conclusión que: según el coeficiente de correlación tenemos un valor de 0.687 que se encuentra en un nivel positiva moderada; además el valor de significancia es de 0.000 que es menor a 0.005; entonces podemos decir que se aprueba la hipótesis de investigación y afirmamos que las buenas prácticas de manipulación de alimentos y la satisfacción del cliente tiene una relación significativa Media - Alta en el Chifa Pollería Espinoza.

Palabras Clave: Manipulación, Alimentos, Buenas Prácticas, satisfacción, Cliente

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the relationship between good food handling practices and customer satisfaction at Chifa Pollería Espinoza, Panao district, Pachitea province, 2019; The research question How does good food handling practices and customer satisfaction of Chifa Pollería Espinoza, Panao district, Pachitea province 2019 relate ?; the population It is formed by the clients of CHIFA POLLERÍA ESPINOZA of the town of Panao, taking as reference the statistics of diners of a month that make a total of 1852; To find the study sample of the population, the probabilistic sampling and the selection of the sample elements were chosen by the simple random sampling criterion being a total of 178, the type of investigation applied, the descriptive correlational level, the approach quantitative and the non-experimental design of transversal type, the technique to be used is the survey and the instrument the questionnaire that was applied to the diners of the restaurant; it was concluded that: according to the correlation coefficient we have a value of 0.687 that is at a moderate positive level; In addition, the significance value is 0.000 which is less than 0.005; Then we can say that the research hypothesis is approved and we affirm that good food handling practices and customer satisfaction have a significant Medium - High relationship in Chifa Pollería Espinoza.

Keywords: Handling, Food, Good Practices, satisfaction, Custome

INTRODUCCIÓN

El boom de la gastronomía peruana ha generado un incremento en los servicios de alimentación como restaurantes, cafeterías, servicios de catering entre otros; así como la demanda de comensales nacionales y extranjeros, los cuales en forma individual o colectiva corren el riesgo de sufrir enfermedades transmitidas por alimentos.

Más del 90% de las toxiinfecciones alimentarias son debidas a una inadecuada manipulación higiénica de los alimentos, donde 77% se producen en establecimientos de venta de comida preparada (restaurantes, comedores, etc.), 20% en los hogares y 3% en las industrias alimentarias (Ruiz de Lope, 2003). Por ello, cada vez son mayores las exigencias en la manipulación de los alimentos y bebidas, con el objetivo de evitar intoxicaciones en los consumidores (Madrid, 2012).

El presente trabajo de investigación se realizó en el chifa Pollería Espinoza, distrito de Panao Provincia de Pachitea, con el propósito de ver si la Manipulación de Alimentos que realiza el restaurant esta de acorde con los normas y procedimientos y si este tiene una relación directa en la satisfacción del cliente; dicho estudio fue elaborado tomando en cuenta lo que establece el reglamento de grados y títulos de la Facultad de Ciencias Empresarial, sobre todo en lo que respecta a metodología.

En el Capítulo I se fundamenta la situación problemática, donde se diagnostica las razones para desarrollar el estudio, se plantea los objetivos, la justificación y relevancia, en el Capítulo II se citan importantes autores e investigación que nos permiten contrastar los resultados que hemos obtenido, en el capítulo III se pone énfasis en la metodología; ya que este es parte fundamental de la investigación y a partir del tipo, nivel, enfoque y diseño se va a proceder a realizar la investigación de acuerdo a lo planteado en este capítulo. En el capítulo IV y V son los resultados de acuerdo a los objetivos establecidos en el proyecto, para luego ser contrastados con los estudios citados. Y finalmente, las conclusiones y recomendaciones han sido escritas con la finalidad de apoyar al restaurant en las falencias que se encontraron con respecto a las dos variables

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Según PROMPYME (2014) en el Perú, las enfermedades transmitidas por alimentos afectan principalmente a los sectores más deprimidos de la población. Se ha comprobado que más del 90% de las mismas se originan por el consumo de comidas en restaurantes, escuelas, venta callejera e incluso en el propio hogar. La causa más frecuente de los brotes de tales enfermedades es la deficiente manipulación de los alimentos, debido a la mala aplicación de procedimientos higiénicos a la hora de prepararlos.

Aunque existen diferencias en los procedimientos, las buenas prácticas sanitarias en el manejo de los alimentos se pueden aplicar en todos los casos. Éstas constituyen una importante herramienta que involucra a todas las personas que intervienen en el proceso culinario, quienes deben cumplir con ciertas condiciones, tanto personales como de hábitos, aunado a la práctica de medidas de higiene en los establecimientos donde se venden alimentos preparados.

Lamentablemente, por lo menos en lo relativo a la pequeña empresa del rubro de restaurantes, los alimentos sobre la base de pescados y mariscos suelen prepararse en inadecuadas condiciones sanitarias y culinarias. Ello redundará en desmedro de la calidad del producto final y la salud del consumidor, al tiempo que crea una negativa imagen de la gastronomía nacional.

Para elaborar cualquier producto alimenticio se debe tener materias primas que guarden seguridad al momento de la preparación y ser de calidad.

Hoy en día los consumidores tienen bien en claro sus derechos al momento de consumir un producto alimenticio y los mercados son exigentes con el producto; por ello obligan a los restaurantes a enfrentar situaciones cada vez más competitivas en cuanto a la buena oferta gastronómica.

En el departamento de Huánuco la mayor actividad económica es la de servicios y principalmente la de los restaurantes, en los últimos años ha ido creciendo las empresas que prestan servicios de alimentación, esto también se da al interior del departamento en las diferentes provincias donde la actividad principal es servicios y en su mayor parte restaurantes; por ello es importante analizar las buenas prácticas de manipulación de alimentos.

En el distrito de Panao, provincia de Pachitea, departamento de Huánuco en los últimos años está creciendo la actividad económica, tanto en el sector público y privado; por ello la gente foránea ha ido en crecimiento y la necesidad de alimentación es necesaria, lo cual hacen uso de diversos establecimientos que expenden alimentos como restaurantes, estos establecimientos deben cumplir con las buenas prácticas de manipulación de alimentos para poder satisfacer al cliente, en tal sentido se desconoce si los restaurantes están cumpliendo con las normas de manipulación de alimentos al momento de la preparación de los platos, en diferentes aspectos como: Limpieza de personal, Limpieza y desinfección, Inocuidad de producto entre otros; también se desconoce la satisfacción del cliente con respecto a la preparación de los platos en cuanto al sabor, presentación, aroma y otros más.

La investigación busca un análisis de todos los aspectos en cuanto a la manipulación de alimentos y la satisfacción del cliente, por ello se tomara el restaurante más concurrido de la localidad de Panao para poder determinar la relación entre ambas variables y llegar a conclusiones que sirvan para mejorar la atención al cliente

1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA

1.2.1. PROBLEMA GENERAL

¿Cómo se relaciona las buenas prácticas de manipulación de alimentos y la satisfacción del cliente del Chifa Pollería Espinoza, distrito de Panao provincia de Pachitea 2019?

1.2.2. PROBLEMAS ESPECIFICOS

- ¿Cómo se relaciona la Limpieza del personal y la satisfacción del cliente del Chifa Pollería Espinoza, distrito de Panao provincia de Pachitea 2019?
- ¿Cómo se relaciona la Limpieza y desinfección del local y la satisfacción del cliente del Chifa Pollería Espinoza, distrito de Panao provincia de Pachitea 2019?
- ¿Cómo se relaciona la Inocuidad de producto y la satisfacción del cliente del Chifa Pollería Espinoza, distrito de Panao provincia de Pachitea 2019?

1.3. OBJETIVO GENERAL

Determinar la relación de las buenas prácticas de manipulación de alimentos y la satisfacción del cliente del Chifa Pollería Espinoza, distrito de Panao provincia de Pachitea 2019

1.4. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Determinar la relación de la Limpieza de personal y la satisfacción del cliente del Chifa Pollería Espinoza, distrito de Panao provincia de Pachitea 2019
- Determinar la relación de la Limpieza y desinfección del local y la satisfacción del cliente del Chifa Pollería Espinoza, distrito de Panao provincia de Pachitea 2019

- Determinar la relación de la Inocuidad del producto y la satisfacción del cliente del Chifa Pollería Espinoza, distrito de Panao provincia de Pachitea 2019.

1.5. JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo nos permitirá conocer y analizar de cómo se está llevando las buenas prácticas de manipulación de alimentos en y si este está repercutiendo en la satisfacción que percibe el usuario o cliente del establecimiento de comida, para que así pueda mejorar en los aspectos que encuentre falencias con las sugerencias que se van a plantear.

El presente estudio será un precedente en lo que se refiere a la carencia de antecedentes bibliográficos con respecto a este tema que permitan enseñar las experiencias para otros trabajos realizados en otros establecimientos donde expendan alientos y bebidas.

Se justifica realizar la presente investigación debido al gran incremento del comensales en la localidad de Panao, lo cual hace necesario evaluar en qué medida influye o se relaciona las buenas prácticas de manipulación de alimentos en la satisfacción del cliente y por ende saber calidad del producto ofertado; si estos productos o platos terminados tienen una buena o mala preparación. Contar con altos niveles de satisfacción de los clientes es una gran estrategia para la gestión de la calidad. Cada vez más las empresas de restauración están incluyendo al cliente como el propósito más importante en la planeación de sus procesos ya que la calidad es lo que el cliente dice que es a partir de su percepción, es decir; la calidad existe únicamente en la mente del cliente, de allí la importancia que las empresas de restauración estén siempre bien informadas y capacitados en cuanto a la manipulación de alimentos para realizar el análisis y las correctas si lo amerita y así poder satisfacer las necesidades cambiantes de los consumidores,. Lo

obtenido mediante la determinación de la satisfacción de los clientes sirve a la organización para tomar medidas con el fin de mejorar continuamente sus servicios.

1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

El trabajo de investigación se limita por las siguientes razones:

- No se contó con suficientes trabajos de investigación similares al presente para recabar sus conclusiones y conocer el estado actual del conocimiento acorde a las perspectivas del investigador
- Pocos antecedentes acerca de estudios realizados sobre este tema en el ámbito local y departamental.

1.7. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

- Se cuenta con los recursos necesarios para realizar la investigación y la disponibilidad de tiempo para los trabajos que requiera realiza en campo.
- Se tiene acceso a la población en estudio, ya que el lugar donde se realizará la investigación es mi centro laboral y se cuenta con el permiso del administrador y dueños del restaurante

CAPÍTULO II

MARCO TEORICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION

Antecedentes locales:

TESIS: Prácticas de higiene en la manipulación de alimentos de las personas que expenden comida ambulatoria en la localidad de Huánuco

AUTOR: Inocencio Tarazona, Mayra Bore

UNIVERSIDAD DE HUANUCO

AÑO DE PUBLICACION: 2016

CONCLUSION:

La primera conclusión, la práctica de higiene en la manipulación de alimentos según el grupo de edad encontramos que un 67,6% pertenecen al grupo de adulto con edades entre 30-59 años, de los cuales el 40,7% de adultos no tienen practicas adecuadas de higiene en la manipulación de alimentos y se evidencio aceptar la hipótesis de investigación nula (H_01); ($X^2 = 0.510$; $GL = 3$; $p = 7.82$)

En cuanto a las prácticas de higiene en la manipulación de alimentos según la procedencia se obtuvo un 64,8% que representa a la zona urbana de los cuales el 38,9% de las personas no tienen practicas adecuadas de higiene en la manipulación de alimentos que se expenden en forma ambulatoria, y se aceptó la hipótesis de investigación nula (H_02): ($X^2 = 1.56$; $GL = 2$; $p = 5.99$)

En cuanto a la práctica de higiene en la manipulación de alimentos según el nivel de escolaridad de las personas en estudio se encontró que un 46,6% tienen un nivel de escolaridad de secundaria, de los cuales el 26,9% tienen practicas inadecuadas de higiene en la manipulación de alimentos que se expenden en forma ambulatoria y se aceptó la hipótesis de investigación nula (H_03): ($X^2 = 7.63$; $GL = 5$; $p = 11.07$)

TESIS: PREPARACIONES CULINARIAS MODERNAS Y SU INFLUENCIA EN LA ACEPTACIÓN DE LA ARRACACHA EN LA LOCALIDAD DE PAUCARBAMBA, CAPITAL DEL DISTRITO DE AMARILIS

AUTOR: Leonardo Beltrán, Carlos Dante

UNIVERSIDAD DE HUANUCO

AÑO DE PUBLICACION: 2014

CONCLUSION:

De acuerdo a los objetivos planteados y a los resultados obtenidos durante el desarrollo de los capítulos anteriores de la presente tesis, se pueden establecer las siguientes conclusiones:

- 1) Entonces podemos afirmar que se demostró que las preparaciones Culinarias Modernas que se aplicaron en la elaboración de platos a base de arracacha, si influyen significativamente, en la aceptación de la arracacha en la localidad de Paucarbamba, capital del distrito de Amarilis-2014, como se observa en el grafico N° 17 en donde se obtiene en un 60% de aceptación muy buena y un 32% buena.
2. Los comensales indicaron la preferencia por estos platos debido a que muchos confesaron que no conocían otras formas de preparar el producto sino solo la manera convencional (sancochado), pero al tener la opción que nosotros preparamos en los distintos menús, ellos admitieron su gusto y preferencia por la arracacha, en tal sentido podemos afirmar que se generó la aceptación de la misma.
3. Se explicó que la variedad de las nuevas tendencias culinarias si influyen significativamente en la aceptación de la arracacha como se puede advertir, en el presente informe de investigación, teniendo así el cuadro N° 01 que manifestó en un 76% que no conoce las técnicas de cocina moderna, mientras en el cuadro N° 02 manifestó el 90% que no conoce el término cocina de autor y finalmente del cuadro N° 3 respecto que si conoce las tendencias de la cocina Novoandina manifestó el 52% no conoce nada, por lo tanto se deduce que una de las causas principales del bajo

consumo de la arracacha es por el poco conocimiento de las técnicas de cocina moderna, ya que podrían permitir que las personas interesadas en aprender estas técnicas, puedan elaborar platos a base de arracacha. Creando variedades distintas a las tradicionales cambiando su preferencia al experimentar con nuevas tendencias culinarias y arriesgando nuevas formas al paladar normalmente acostumbrado en los restaurantes. Asimismo se han visto casos especiales en la ciudad de Huánuco, con restaurantes que quisieron innovar platos diferentes en un tipo de consumidor acostumbrado a lo convencional. Por lo que finalmente debieron cerrar, casos como ALUA, BANQUETE.

4. Se determinó que la clasificación de las técnicas de cocina moderna si influyen significativamente en la aceptación de la arracacha así como lo indica el cuadro N°04 teniendo una preferencia del 50% por el medio liquido (jugoso) podemos deducir que esta preferencia está basada en la facilidad que encuentra el comensal para saborear y deglutir sus alimentos. Un 34% prefiere medios de cocción mixtos (varios) podemos interpretar que esto se debe a las diferentes texturas que siente en boca el comensal y que hará más agradable la experiencia al momento de comer sus alimentos, el 10% prefiere el medio graso (fritura) esto se observa más que todo en los comensales jóvenes ya que piden con mayor frecuencia este tipo de comidas (bistek, milanesa, pollo frito) ya que hay una predisposición por la comida chatarra, un 6% de los encuestados manifestó su preferencia por los medios de cocción no liquido (seco) pocas personas se inclinan por este medio de cocción ya que resulta difícil a la hora de masticar sin embargo encuentra un equilibrio si se combina con otros medios líquidos, frente a un 0% que no prefiere el medio de cocción en medios especiales (microondas) es todo debido a que se cree que este medio puede causar cáncer por la exposición de rayos gama en su elaboración.

5. Se demostró como la elaboración de platos a base de arracacha si influye significativamente en la aceptación de la arracacha teniendo así en el gráfico N° 05 un 56% de aceptación por el plato de entrada con la respuesta muy bueno, el gráfico N° 06 manifestó en un 62% su aceptación por el plato de fondo, respondiendo muy bueno, el gráfico N° 07 manifestó un 64% con una aceptación muy buena por el plato de Postre, se puede afirmar entonces que una elaboración técnica profesional mejora la preparación de los platos incrementando la aceptación de los mismos. Si utilizamos varios métodos y técnicas obtendremos un producto final superior a que si utilizamos una técnica común, con esto se logró determinar la aceptación de los platos a base de arracacha.

Antecedentes Nacionales

TESIS: Caracterización de la gestión de calidad bajo las buenas prácticas de preparación de alimentos en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes del distrito de Independencia.

AUTOR: CHELA YESMINA MELGAREJO BAYONA

UNIVERSIDAD: UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

AÑO DE PUBLICACION: 2018

CONCLUSION:

Los empleados de los restaurantes en su mayoría no cumplen adecuadamente los procesos de higiene en la manipulación de alimentos, por lo que no tienen conocimiento de las normas de higiene y no son capacitados e inspeccionados por los dueños.

Los empleados de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes, son dirigidas por mujeres, un gran porcentaje tienen 23 a 27 años, y tienen estudio superior universitario. Esto nos permite observar que este grupo de colaboradores son jóvenes quienes buscan contribuir a la

satisfacción del cliente, fundamental para las MYPES en alcanzar sus objetivos.

Las buenas prácticas de preparación de alimentos se caracteriza por que los empleados no cumplen o realizan adecuadamente la higiene, como desinfección del local, higiene personal, uso de uniforme, normas de higiene, verificación del estado del alimento, proteger los alimentos de agentes contaminantes, desinfección de utensilios, almacenamiento de materias primas. Al tener deficiencia en muchos aspectos de higiene, es perjudicial para la empresa donde no permite el crecimiento y la fidelización de los clientes.

TESIS: Diseño de un sistema de gestión de calidad bajo la norma iso 22000:2005 en una empresa del sector alimentario

AUTOR: Jessica Silva Janampa

UNIVERSIDAD: PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

AÑO DE PUBLICACION: 2016

CONCLUSIÓN:

La realización del presente trabajo incluye el diseño y el plan de implementación del Sistema de Calidad ISO 22000, así como la elaboración de la totalidad de procedimientos y registros utilizados en su desarrollo.

Además, se considera que el presente proyecto es una herramienta de gran utilidad que integra técnicas y métodos actualizados de la ingeniería industrial y contribuye con el trabajo de investigación y la excelencia académica.

Por eso, se considera que la realización del proyecto cumple con el objetivo de brindar una mejor calidad de vida a las personas, a través de la optimización de los sistemas integrados de gestión y el eficiente manejo de recursos.

A continuación se presentan las principales conclusiones del trabajo:

1. La implementación del sistema de calidad permitirá mejorar la capacidad de la empresa para identificar, prevenir y controlar los peligros potenciales causantes de la contaminación del producto.

2. La certificación del sistema de gestión de calidad mejorará la imagen corporativa de la empresa y fortalecerá los vínculos de confianza y fidelidad de los clientes con la organización.
3. El control de la documentación del sistema facilitará la administración de los procedimientos y registros de la empresa, así como el cumplimiento de la normativa de la industria alimentaria.
4. El dinamismo y eficacia del sistema de calidad propuesto permitirá que la empresa esté preparada para afrontar posibles cambios y/o amenazas que perjudiquen la calidad de sus productos.

Antecedentes Internacionales:

TESIS: Desarrollo de un modelo de implementación para la certificación de buenas prácticas de manufactura (bpm) en la industria panificadora “la Vienesa” ubicada en la ciudad de Riobamba.

AUTORES: Alex Javier Alta Tierra & Mario German Tualombo Tamami

**UNIVERSIDAD: UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO -
RIOBAMBA – ECUADOR**

AÑO DE PUBLICACION: 2016

CONCLUSION:

Al concluir nuestro estudio en la Industria Panificadora La Vienesa, se determinó una mejora cuantitativa en un 70% en las líneas de proceso, en relación a ello podemos decir que al ejecutar los planes operativos de somatización correctamente garantizamos la calidad e inocuidad del producto a expendirse.

- Que la industria al tener un personal capacitado en Buenas Prácticas de Manufactura optimizaran recursos y tiempos de acción en cada una de las tareas en cada línea de proceso.
- Al implementar el manual de buenas prácticas de manufactura el personal operativo y administrativo realizara cada una de las actividades basándose en los estándares de calidad que

determina de la resolución 3253 del Registro oficial ARCSA
Ministerio de Salud Pública.

TESIS: Evaluación del Grado de Cumplimiento de las BPM en la
Industria Cervecera Artesanal de la Región de Los Ríos.

AUTOR: Aliciela Mabel Díaz Arteaga

UNIVERSIDAD: Universidad Austral de Chile (Valdivia – Chile)

AÑO DE PUBLICACION: 2016

CONCLUSION:

No obstante que las industrias cerveceras artesanales visitadas (73% de la Región de Los Ríos) no se rigen por lo establecido por el MINSAL de Chile, sino que, por la normativa fiscalizada por el SAG, se evaluó el grado de cumplimiento de las BPM en éstas, utilizando como referencia el “Check list” del MINSAL, y se caracterizaron de manera general mediante una pauta adicional.

De acuerdo a lo anterior, un bajo porcentaje de las cervecerías visitadas cumple con las BPM.

El ítem que obtuvo el menor porcentaje de cumplimiento en los establecimientos visitados fue capacitación, arrojando un promedio para todos los establecimientos de sólo un 10,2% de cumplimiento. Le siguió higiene del personal y limpieza y sanitización de la planta, cuyos porcentajes no superaron el 50% de grado de cumplimiento.

El ítem mejor evaluado fue procesos y productos terminados alcanzando en promedio en todos los establecimientos evaluados un 73% de cumplimiento. Le siguió materias primas e instalaciones con grado de cumplimiento similares.

Se entregaron eficazmente los resultados de la evaluación de BPM, a cada una de las cervecerías visitadas. Recibieron recomendaciones efectivas que ayudan en el cumplimiento de las deficiencias encontradas con respecto de las BPM.

La mayoría de las industrias visitadas se caracterizan por ser Micro cervecerías, según la categorización industrial del Servicio de Impuestos Internos (SII), y por encontrarse distribuidas en varias

comunas de la Región de Los Ríos, alrededor de la mitad en zona urbana y la otra parte en la zona rural.

2.2. BASES TEORICAS

2.2.1. Buenas prácticas de manipulación de alimentos

a) Conceptualización

Conjunto de prácticas adecuadas aplicadas durante el proceso para garantizar la inocuidad de los alimentos.

Las buenas prácticas de manipulación (BPM) representan los procedimientos mínimos exigidos en el mercado nacional e internacional en cuanto a higiene y manipulación de alimentos. Engloban, además, aspectos de diseño de instalaciones, equipos, control de operaciones e higiene del personal. En Perú, los requisitos sanitarios mínimos que deben cumplir los establecimientos de elaboración y expendio de alimentos y bebidas, se hallan contemplados en el Decreto Supremo 007-98. (PROMPYME, 2014)

b) Limpieza de personal

La limpieza de una fábrica depende en gran medida de la higiene de los que trabajan en ella. Por tanto los empleados de una fábrica del sector alimentario deben ser conscientes de la necesidad de observar unas correctas prácticas higiénicas y se les han de proporcionar las condiciones materiales para que la lleven a cabo. (Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico , 2019)

Algunas de las prácticas higiénicas más importantes son:

- Lavado de manos, muñecas y uñas cada vez que el manipulador cambie de actividad y manipule nuevamente un alimento, o algún equipo que esté en contacto con él.

- Usar un tipo de ropa exclusivo para el trabajo y que no haya tenido contacto con otros ambientes.
- Guardar la ropa y el calzado de trabajo separados del de la calle.
- No usar joyas ni relojes a la hora de la manipulación de los alimentos, ya que pueden acumular suciedad y organismos contaminantes.
- Emplear guantes de goma para disminuir la difusión bacteriana, pero hay que tener cuidado que no estén gastados, ya que si es así albergan en su superficie gran cantidad de microorganismos, provocando el efecto contrario.
- Empleo de gorros y cubrecabezas. (Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico , 2019)



Fuente: (ONU, OPS & OMS, 2016)

c) **Limpieza y desinfección**

- **La limpieza**

La eliminación de tierra, residuos de alimentos, suciedad, grasa u otras materias objetables. (ONU, OPS & OMS, 2016)

De todas las medidas para profilaxis de la contaminación microbiana, la limpieza y desinfección ocupa un lugar preponderante en cualquier establecimiento donde se preparan alimentos.

Lugar prioritario ocupan los procedimientos de limpieza y desinfección dentro de la rutina diaria, hasta convertirse en el principal hábito; los planes para su ejecución, serán liderados por el responsable del aseguramiento de la calidad en estrecha coordinación con la gerencia de producción, los técnicos de la planta y desde luego, con los proveedores de las sustancias utilizadas en las operaciones de limpieza.

Los procedimientos tienen que satisfacer las necesidades peculiares de los procesos en sus diferentes áreas de preparación y para ciertos productos en particular; el plan debe contemplar en forma pormenorizada las instrucciones relativas a los compuestos a utilizar, períodos de rotación de los mismos, procedimientos de aplicación y calendarios de limpieza y desinfección permanente, así como aquellas áreas y equipos que merecen especial atención. (Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico, 2019)

- **Desinfección:**

La reducción del número de microorganismos presentes en el medio ambiente, por medio de agentes químicos y/o métodos físicos, a un nivel que no

comprometa la inocuidad o la aptitud del alimento. (ONU, OPS & OMS, 2016)

Procedimiento para limpieza y desinfección: esta labor es clave dentro de la manipulación higiénica de alimentos. Se debe prácticas a diario tareas de limpieza y desinfección de:

Las áreas de proceso (paredes, pisos, techos).

Las superficies de contacto con los alimentos (mesas, recipientes, utensilios).

Estos procedimientos deben ejecutarse al finalizar las tareas de preparación, previamente a su iniciación, y en algunos casos durante el proceso. (ONU, OPS & OMS, 2016)

d) Inocuidad de producto

Probablemente para muchas personas este es un concepto nuevo. La inocuidad son todas aquellas condiciones y prácticas que van a garantizar que un alimento no contenga ningún contaminante, que pudiera causar daño a quien lo consuma. Se consideran contaminantes: bacterias, virus, parásitos, hongos, partículas físicas, sustancias químicas nocivas, etc. Cuando ocurre una enfermedad producto del consumo de estos contaminantes, estas son conocidas como Enfermedades Transmitidas por Alimentos (ETA), las cuales tienen un amplio rango de dolencias, que van desde un leve malestar intestinal hasta incluso la muerte. (MINSA, 2017)

1. Peligros Físicos:

Asociados a la presencia de objetos extraños en los alimentos. Estos peligros son potencialmente capaces de producir heridas en quienes consumen un alimento contaminado.

Ejemplos de peligros físicos:

- Materias extrañas (como los trozos de vidrio o de madera);
- Partes no comestibles de los alimentos (como los trozos de hueso o las semillas de la fruta).

2. Peligros Químicos:

Estos peligros pueden ocurrir a lo largo de toda la cadena alimentaria.

Por ejemplo: residuos de productos químicos utilizados en los cultivos para el control de plagas, durante las etapas de transporte, almacenado y elaboración de alimentos que tengan contacto directo con sustancias tóxicas, como por ejemplo: plaguicidas, combustibles, lubricantes, pinturas, detergentes, desinfectantes, entre otros. (ONU, OPS & OMS, 2016)

2.2.2. Satisfacción del cliente:

a) Concepto de satisfacción

El concepto de satisfacción, se ha ido matizando a lo largo del tiempo, según han ido avanzando sus investigaciones, enfatizando distintos aspectos y variando su concepción. En los años setenta el interés por el estudio de la satisfacción se incrementó hasta el punto de publicarse más de 500 estudios en esta área de investigación (Hunt, 2008), incluso un estudio de Peterson y Wilson (2009) estiman en más de 15000 las investigaciones sobre satisfacción o insatisfacción del consumidor.

El concepto de satisfacción ha ido cambiando a lo largo del tiempo, enfatizando distintos aspectos y variando su concepción. En los años setenta el interés por el estudio de la satisfacción se amplió hasta publicarse más de 500 estudios en esta área de investigación (Hunt, 2008), incluso un estudio de

Peterson y Wilson (2009) estiman en más de 15000 las investigaciones sobre satisfacción o insatisfacción del consumidor.

En los últimos años el objeto de la investigación de la satisfacción ha variado.

Mientras que en la década de los setenta se centraba en determinar las variables que intervienen su proceso de formación, en la década de los ochenta se analizan además las consecuencias de su procesamiento (Moliner, Berenguer y Gil, 2001).

Los primeros estudios de satisfacción del consumidor se basan en la evaluación cognitiva valorando aspectos tales como atributos de los productos, la confirmación de las expectativas y los juicios entre la satisfacción y las emociones generadas por el producto, ocultando los procesos del consumo y la satisfacción (Oliver, 2008).

La mayoría de los autores revisados consideran que la satisfacción implica:

1. La objetividad de un objetivo que el consumidor desea alcanzar.
2. La adquisición de este objetivo, sólo puede ser juzgada tomando como referencia un estándar de comparación.
3. El proceso de evaluación de la satisfacción implica como mínimo la intervención de dos estímulos: un resultado y una referencia o estándar de comparación.

La satisfacción como resultado final, existen principalmente dos puntos de vista (Oliver, 2008):

2.2.2.1. El concepto está relacionado con un sentimiento de *estar saciado*, asociado a una baja activación, a una *sensación de contento*, donde se asume que el producto o servicio posee un rendimiento continuo y satisfactorio.

2.2.2.2. En segundo lugar, interpretaciones más recientes de la satisfacción incluyen un rango de respuesta más amplio que la mera sensación de contento. En muchos casos, la satisfacción supone una alta activación, por lo que se podría hablar de una *satisfacción como sorpresa*. Esta sorpresa puede ser positiva o negativa.

Por otro lado, la satisfacción como sorpresa supone la presencia de un ser humano que busca un placer, *hedonista*, difícil de anticipar y valorar a priori.

Por el contrario, Westbrook (2008), basándose en los postulados de Hunt (2007), propuso que la satisfacción no se debía entender sólo a partir del procesamiento de la información.

En tal sentido, desde una perspectiva cognitivista, se considera la satisfacción como una evaluación emocional post-compra o que es consecuencia de un proceso de información relevante. Éste puede radicar en una comparación entre las expectativas de los sujetos y el beneficio que perciben, en la comparación social de costes-beneficios, así como en los procesos de atribución que realizan los sujetos (Oliver, 2008). Junto a estos factores eminentemente cognitivos, los autores que defienden la inclusión del afecto insisten en su papel primordial para una adecuada comprensión de la satisfacción.

Por todo ello podemos considerar que la satisfacción es considerada como una evaluación susceptible de ser cambiada en cada transacción, mientras que la calidad de servicio percibida supone una evaluación más estable a lo largo del

tiempo. Ahora bien, hay que tener en cuenta que la calidad de servicio como actitud se actualiza en cada transacción específica, rendimiento percibido, influyendo en la satisfacción que se experimenta (Teas, 2009). Los consumidores y usuarios en una transacción específica observan el rendimiento del bien o servicio que compran o usan y observan si se ajusta a la actitud que ya tenían.

Por ello, las empresas no sólo deben de tener en cuenta la una imagen de calidad entre sus potenciales clientes, *calidad de servicio percibida*, sino también deben cuidar cada transacción específica, satisfacción, ya que la opinión que un cliente tiene del servicio o bien de consumo puede verse alterada por una experiencia, satisfactoria o insatisfactoria, en un momento dado. Así, su lealtad puede verse alterada si se producen situaciones insatisfactorias en los momentos precisos del acto de consumo.

Otros de los aspectos a tener en cuenta a la hora de estudiar la satisfacción, son los objetivos del investigador, es decir, si la investigación está centrada en la calidad de servicio interesa sobre todo el estudio de sus dimensiones y medida. En cambio, cuando la investigación se centra en la satisfacción, los objetivos se encuentran centrados en los procesos evaluativos que llevan a las personas a realizar determinadas conducta de compra o consumo. En este segundo caso, la calidad de servicio es considerada como un factor más que interviene en el proceso, pero no se suele analizar su estructura (Morales, 2009).

Lo cual, la satisfacción del cliente, es a partir del procesamiento cognitivo de la información, aunque puede ser consecuencia de la experimentación de emociones durante el proceso de consumo; se podría definir como una evaluación post-consumo y/o post-uso, susceptible de cambio en cada transacción,

fuerza de desarrollo y cambio de las actitudes hacia el objeto de consumo y/o uso, y que es el resultado de procesos psicosociales de carácter cognitivo y afectivo. Asimismo, la calidad de servicio supone la valoración de que un producto es útil, en referencia a que cumple con lo que tenía encomendado, pero también que proporciona sensaciones placenteras. La calidad de servicio puede definirse como la evaluación actitudinal hacia el servicio, es decir, si dicho servicio cumple con los fines que tiene encomendados, asociándolas a propiedades placenteras para la persona individuo que se puede actualizar en cada transacción, rendimiento percibido, influyendo sobre la satisfacción experimentada por el usuario. Por ello es importante y necesario, realizar una diferenciación entre los conceptos de servicio y de organización de servicios, recordando que el concepto de servicio son los componentes intangibles de un producto o servicio, incluyendo tanto un componente tangible, el bien de consumo, como uno intangible el servicio; entendemos como organizaciones de servicio donde una parte relevante del servicio se presta mientras es usado, también ofrece tanto aspectos tangibles como intangibles (Martínez-Tur, Peiró, Ramos, 2001).

b) Calidad de producto

Calidad: elemento fundamental para que nuestro restaurante sea reconocido.

Es necesario partir de la importancia de la calidad de nuestros productos, estos permitirán posicionarnos en el mercado, a través de nuestros clientes satisfechos, mejorando significativamente nuestro posicionamiento regional e incluso nacional.

Con materia prima fresca y de primera selección podemos garantizar la rentabilidad de nuestro negocio, el incremento masivo de las ventas y lo más importante: la garantía y seguridad de nuestros clientes transformando alimentos

frescos, en deliciosos platos de consumo rápido, ofreciendo una experiencia grata y placentera a los consumidores, aportándole valor a nuestro comprador (Piñera, 2018)

c) Nivel de aceptación del producto

Los Niveles de Satisfacción: Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:

Insatisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.

Satisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.

Complacencia: Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

Dependiendo el nivel de satisfacción del cliente, se puede conocer el grado de lealtad hacia una marca o empresa, por ejemplo: Un cliente insatisfecho cambiará de marca o proveedor de forma inmediata (deslealtad condicionada por la misma empresa). Por su parte, el cliente satisfecho se mantendrá leal; pero, tan solo hasta que encuentre otro proveedor que tenga una oferta mejor (lealtad condicional). En cambio, el cliente complacido será leal a una marca o proveedor porque siente una afinidad emocional que supera ampliamente a una simple preferencia racional (lealtad incondicional).

Por ese motivo, las empresas inteligentes buscan complacer a sus clientes mediante prometer solo lo que pueden entregar, y entregar después más de lo que prometieron. (Coronel, 2016)

2.3. DEFINICION DE CONCEPTOS BASICOS

1. Manipulación: Acción de manipular. "manipulación genética; la manipulación de los alimentos debe llevarse a cabo en condiciones de máxima higiene; la norma periodística del "no

mentirás” contiene la condena de toda forma de propaganda ilegítima o de manipulación de la noticia"

2. Buenas prácticas: se entiende un conjunto coherente de acciones que han rendido buen o incluso excelente servicio en un determinado contexto y que se espera que, en contextos similares, rindan similares resultados. Estas dependen de las épocas, de las modas e algunas sean incluso contradictorias entre ellas.

Las expresiones buenas/mejores prácticas son traducciones demasiado literales de la expresión inglesa best practices. En respuesta a una consulta[¿cuál?] a la Real Academia de la Lengua, esta recomienda "el empleo de otros sintagmas alternativos, dependiendo del contexto, como mejores soluciones, mejores métodos, procedimientos más adecuados, prácticas recomendables, o similares.

3. Alimentos: es aquello que los seres vivos comen y beben para su subsistencia. El término procede del latín alimentum y permite nombrar a cada una de las sustancias sólidas o líquidas que nutren a los seres humanos, las plantas o los animales. Los alimentos formadores, que son ricos en calcio y proteínas.
4. Desinfección: La reducción del número de microorganismos presentes en el medio ambiente, por medio de agentes químicos y/o métodos físicos, a un nivel que no comprometa la inocuidad o la aptitud del alimento.
5. Manipulador de alimentos: Toda persona que manipule directamente alimentos envasados o no envasados, equipo y utensilios utilizados para los alimentos, o superficies que entren en contacto con los alimentos y que se espera, por tanto, cumpla con los requerimientos de higiene de los alimentos.
6. Higiene de los alimentos: Todas las condiciones y medidas necesarias para asegurar la inocuidad y la aptitud de los alimentos en todas las fases de la cadena alimentaria.

7. Inocuidad de los alimentos: La garantía de que los alimentos no causarán daño al consumidor cuando se preparen y/o consuman de acuerdo con el uso a que se destinan
8. Limpieza: La eliminación de tierra, residuos de alimentos, suciedad, grasa u otras materias objetables.
9. Satisfacción: del latín satisfactio, es la acción y efecto de satisfacer o satisfacerse. Este verbo refiere a pagar lo que se debe, saciar un apetito, sosegar las pasiones del ánimo, cumplir con ciertas exigencias, premiar un mérito o deshacer un agravio.
10. Satisfacción del cliente: La acción de satisfacer o satisfacerse se conoce como satisfacción. El término puede referirse a saciar un apetito, compensar una exigencia, pagar lo que se debe, deshacer un agravio o premiar un mérito.

2.4. HIPOTESIS

2.4.1. HIPÓTESIS GENERAL

HI: Las buenas prácticas de manipulación de alimentos y la satisfacción del cliente tiene una relación significativa Media - Alta en el Chifa Pollería Espinoza, distrito de Panao provincia de Pachitea 2019

HO: Las buenas prácticas de manipulación de alimentos y la satisfacción del cliente tiene una relación significativa muy baja – baja en el Chifa Pollería Espinoza, distrito de Panao provincia de Pachitea 2019

2.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

La limpieza de personal y la satisfacción del cliente tiene una relación significativa Media - Alta en el Chifa Pollería Espinoza, distrito de Panao provincia de Pachitea 2019.

La limpieza y desinfección y la satisfacción del cliente tiene una relación significativa Media - Alta en el Chifa Pollería Espinoza, distrito de Panao provincia de Pachitea 2019.

La inocuidad y la satisfacción del cliente tiene una relación significativa Media - Alta en el Chifa Pollería Espinoza, distrito de Panao provincia de Pachitea 2019

2.5. VARIABLES

2.5.1. VARIABLE INDEPENDIENTE

Buenas Prácticas de Manipulación de Alimentos

2.5.2. VARIABLE DEPENDIENTE

Satisfacción del Cliente

2.6. OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

Variables	Dimensión	Indicadores	Operacionalizacion
VI BPMA	Limpieza de personal	<ul style="list-style-type: none"> • Vestuario de personal • Higiene personal • Estado de salud 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El personal de cocina y los mozos cuentan con la ropa adecuada (Uniforme limpio, malla para el cabello, guantes y otros) 2. El personal del restaurant (cocineros y mozos) mantiene un alto grado de limpieza personal. 3. El personal de cocina y mozos tienen un buen estado de salud
	Limpieza y desinfección del local	<ul style="list-style-type: none"> • Utensilios • Mantelería y servilletas • Ambiente 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Los utensilios (platos, cucharas, tenedor cuchillo y otros) se encuentran totalmente limpios. 5. Los manteles y servilletas se encuentran limpios y en

			perfecto estado 6. Los ambientes (Cocina, Baños y otros) del restaurant están limpios y en perfecto estado
	Inocuidad de producto	<ul style="list-style-type: none"> • Limpieza del insumo • Conservación y frescura • cocción 	<p>7. Los productos o insumos que utilizan en el restaurant para preparar los platos son adecuados para su consumo (Limpios y desinfectados)</p> <p>8. Los productos o insumos que utilizan en el restaurante para preparar los platos están frescos y conservados.</p> <p>9. Los productos o insumos que utilizan en el restaurante para preparar los platos tiene una cocción adecuada.</p>
VD Satisfacción del cliente	Calidad de producto	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de aceptación del sabor • Presentación y montaje del plato • Nivel de percepción del aroma. • Nivel de sensación de textura 	<p>10. Considera adecuado el sabor de los platos consumidos.</p> <p>11. Cómo considera usted que estuvo la creatividad en la presentación de los platos consumidos</p> <p>12. Cómo percibió usted el aroma en los platos consumidos.</p> <p>13. ¿Qué sensación de textura le dejo los platos consumidos</p>
	Aceptación de producto	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de aceptación • Nivel de confianza 	<p>14. ¿Cuál es el nivel de aceptación que le daría a los platos consumidos?</p> <p>15. Usted considera adecuada la preparación de los platos y confía en su consumo</p>

CAPÍTULO III MÉTODOS Y TÉCNICAS

3.1. POBLACIÓN Y MUESTRA

POBLACIÓN:

Está conformada por los clientes EN EL CHIFA POLLERÍA ESPINOZA de la localidad de Panao, tomando como referencia la estadística de comensales de un mes.

	Lunes	Martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo	Total
1	60	60	50	60	60	80	100	450
2	60	58	55	61	63	80	90	467
3	60	64	53	60	60	75	115	487
4	60	40	50	51	62	75	110	448
TOTAL								1852

Fuente: Boletas del CHIFA POLLERÍA ESPINOZA

MUESTRA

1. Para hallar la muestra de estudio de la población, se escogió el muestreo **probabilística** y la selección de los elementos de la muestra por el criterio **muestreo aleatorio simple**.

Para el presente trabajo de investigación se ha determinado aplicar la fórmula para la población finita.

$$N = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * S^2}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * S^2}$$

Donde:

N: Población	= 1852
p: Probabilidad de éxito	= 50%
q: Probabilidad de fracaso	= 50%
e: Nivel de precisión	= 7%
z: Limite de confianza	= 1.645
n: muestra	= 178

3.2. Tipo de Investigación

El trabajo de investigación por el propósito o finalidad se enmarca dentro del tipo APLICATIVO, por que analizó la percepción en cuanto a la manipulación de alientos y su relación con la satisfacción del usuario; por tal motivo se aplicará teorías de diferentes autores con respecto al tema en estudio

3.1.1. Nivel

La presente investigación tiene el alcance: **DESCRIPTIVO – CORRELACIONAL**, porque se establecen descripciones cualitativas y cuantitativas de la variable independiente para demostrar la relación con la variable dependiente

3.1.2. Enfoque :

El presente estudio es de enfoque cuantitativo ya que requirió que el investigador recolecte datos numéricos de los objetivos, fenómenos, y se analizó mediante procedimientos estadísticos, de este conjunto de pasos llamado investigación cuantitativa, se derivan otras características del enfoque cuantitativo que se precisan a continuación: Las hipótesis que se generan antes de recolectar y analizar los datos y la recolección de datos se fundamenta en la medición

3.1.3. Diseño

Los diseños **NO EXPERIMENTAL** de tipo **TRANSVERSAL**; porque se realizaron observaciones en un momento único en el tiempo. Cuando recolectan datos sobre una nueva área sin ideas prefijadas y con apertura son más bien exploratorios; cuando recolectan datos sobre cada una de las categorías, conceptos, variables, contextos, comunidades o fenómenos; y reportan lo que arrojan estos

datos son descriptivos: cuando además describen vinculaciones y asociaciones entre categorías, conceptos, variables, sucesos, contextos o comunidades son correlacionales, y si establecen procesos de causalidad entre tales términos se consideran correlacionales-causales.

3.3. TÉCNICAS DE RECOLECCION DE DATOS

a) FUENTES:

a.1 Fuentes Primarias:

Encuestas aplicadas a los clientes del restaurante

a.2 Fuentes Secundarias:

Revistas, libros, folletos e internet.

b) TÉCNICAS E INSTRUMENTOS:

Para llevar a cabo el trabajo de investigación, la técnica e instrumento utilizada para la recolección de datos fueron los siguientes:

TÉCNICA	INSTRUMENTO
<p>Encuestas: por medio de la técnica se realizaran las encuestas a través de preguntas y respuestas cerradas, es decir claras, concretas y puntuales.</p>	<p>Cuestionarios: a través de los formularios estructurados con preguntas dirigidos a los comensales del restaurant, referente al tema de la investigación.</p> <p>Se aplicará un cuestionario para los clientes de 15 preguntas al momento que ya se terminaron de consumir o ya hicieron uso del servicio, para así contrastar ambas variables.</p>

3.4. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION

- **Ordenamiento y clasificación:** Esta técnica se aplicó para tratar la información cuantitativa en forma ordenada, de modo de interpretarla y sacarle el máximo provecho.

- **IBM SPSS Statistics:** El sistema de análisis estadístico SPSS, es un sistema amplio y flexible de análisis estadístico y de gestión de base de datos en un entorno gráfico. En pocas palabras SPSS es un software estadístico con grandes propiedades graficas integradas dentro de un mismo sistema, que facilita tanto el análisis estadístico de los datos, con su ilustración gráfica. El SPSS, aunque se maneja mediante menús descriptivos y cuadros de diálogo, la comunicación con el sistema se realiza mediante instrucciones que se agrupan en módulos. Con la aplicación del SPPS se realizó la estrategia de análisis a través de gráficas, tablas y correlaciones, con lo cual se busca interpretar los resultados obtenidos por nuestro diseño de investigación.

CAPÍTULO IV RESULTADOS

4.1. Presentación de resultados en concordancia con las variables y objetivos

Variable Independiente: Buenas Prácticas de Manipulación de Alimentos

Dimensión 1: Limpieza de Personal

Tabla N° 01

**El personal de cocina y los mozos cuentan con la ropa adecuada
(Uniforme limpio, malla para el cabello, guantes y otros)**

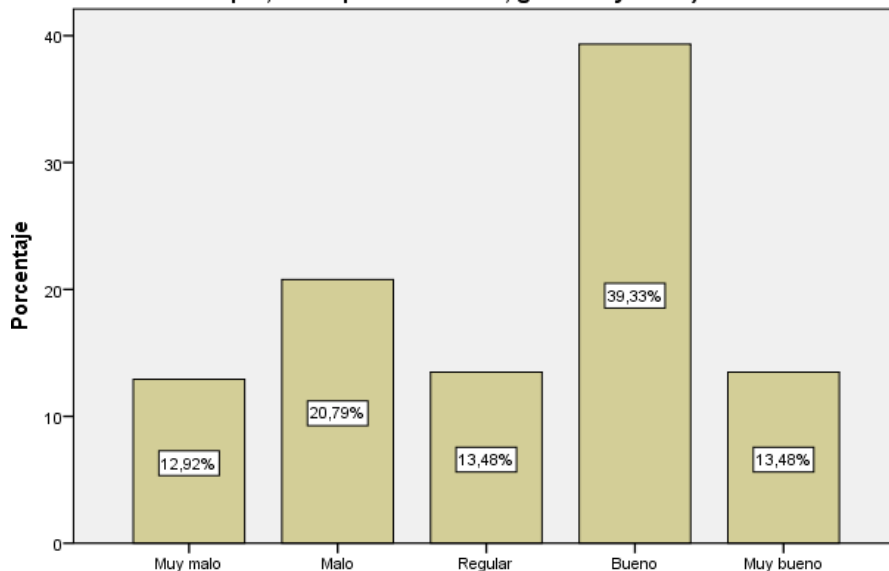
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	23	12,9	12,9	12,9
	Malo	37	20,8	20,8	33,7
	Regular	24	13,5	13,5	47,2
	Bueno	70	39,3	39,3	86,5
	Muy bueno	24	13,5	13,5	100,0
	Total	178	100,0	100,0	

Fuente: cuestionario

Elaboración: el investigador

Gráfico N° 01

El personal de cocina y los mozos cuentan con la ropa adecuada (Uniforme limpio, malla para el cabello, guantes y otros)



Fuente: tabla N° 01

Elaboración: el investigador

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos el 39.33% de los clientes considera que es bueno la ropa del personal de cocina y los mozos (Uniforme limpio, malla para el cabello, guantes y otros), solo el 13.48% considera que es muy bueno y el 20.79% considera que es malo; por tanto podemos decir que la uniformidad es adecuada por parte del personal en el restaurant

Tabla N° 02
El personal del restaurant (cocineros y mozos) mantiene un alto grado de limpieza personal.

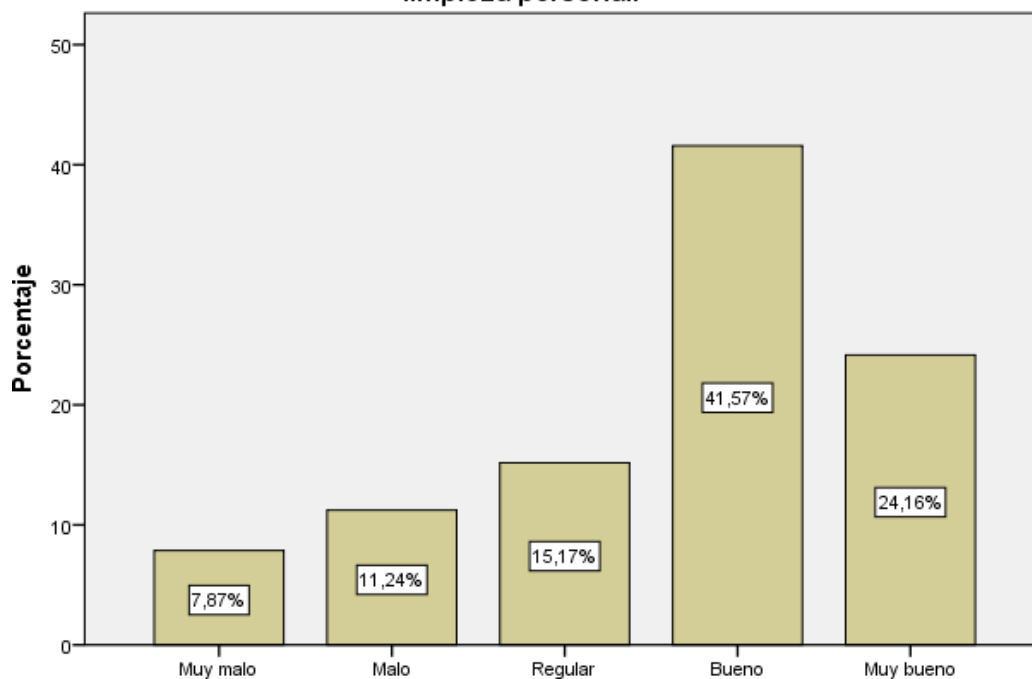
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	14	7,9	7,9	7,9
	Malo	20	11,2	11,2	19,1
	Regular	27	15,2	15,2	34,3
	Bueno	74	41,6	41,6	75,8
	Muy bueno	43	24,2	24,2	100,0
	Total		178	100,0	100,0

Fuente: cuestionario

Elaboración: el investigador

Gráfico N° 02

El personal del restaurant (cocineros y mozos) mantiene un alto grado de limpieza personal.



Fuente: tabla N° 02

Elaboración: el investigador

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos el 41.57% de los clientes considera que el personal del restaurant (cocineros y mozos) mantiene un alto grado de limpieza, solo el 24.16% considera que es muy bueno y el 11.24% considera que es malo; por tanto podemos decir que el grado de limpieza es adecuada por parte del personal (cocineros y mozos) en el restaurant.

Tabla N° 03

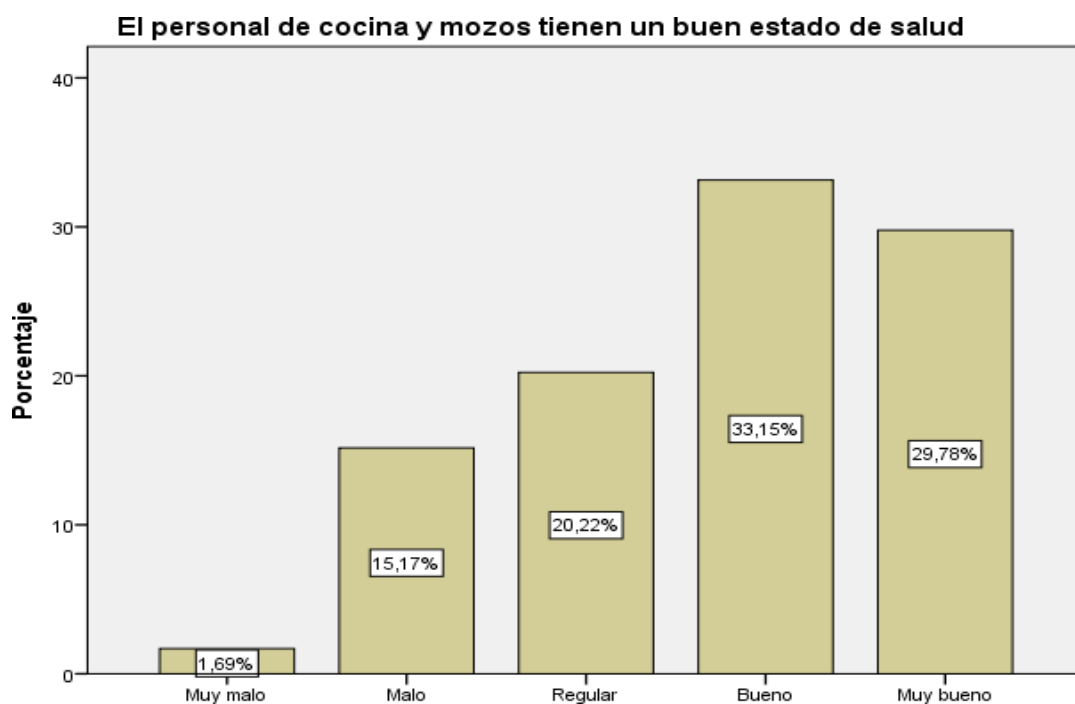
El personal de cocina y mozos tienen un buen estado de salud

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	3	1,7	1,7	1,7
	Malo	27	15,2	15,2	16,9
	Regular	36	20,2	20,2	37,1
	Bueno	59	33,1	33,1	70,2
	Muy bueno	53	29,8	29,8	100,0
	Total		178	100,0	100,0

Fuente: cuestionario

Elaboración: el investigador

Gráfico N° 03



Fuente: tabla N° 03

Elaboración: el investigador

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos el 33.15% de los clientes considera que el personal de cocina y mozos tienen un buen estado de salud, también el 29.78% considera que es muy bueno y el 15.17% considera que es malo; por tanto podemos decir que el personal de cocina y mozos tienen un buen estado de salud para la buena atención dentro del restaurant.

Dimensión 2: Limpieza y desinfección

Tabla N° 04

Los utensilios (platos, cucharas, tenedor cuchillo y otros) se encuentran totalmente limpios.

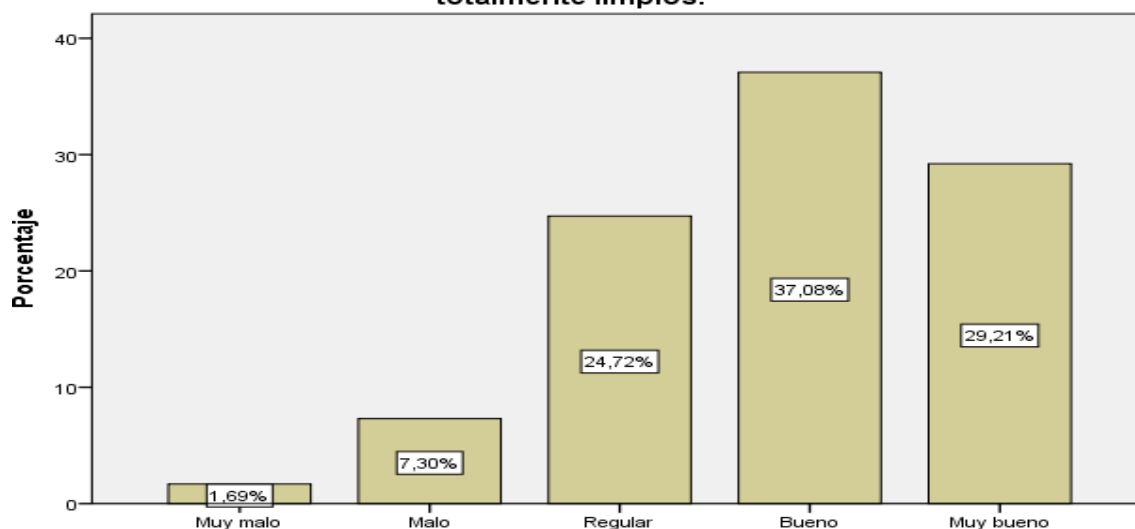
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	3	1,7	1,7	1,7
	Malo	13	7,3	7,3	9,0
	Regular	44	24,7	24,7	33,7
	Bueno	66	37,1	37,1	70,8
	Muy bueno	52	29,2	29,2	100,0
	Total		178	100,0	100,0

Fuente: cuestionario

Elaboración: el investigador

Grafico N° 04

Los utensilios (platos, cucharas, tenedor cuchillo y otros) se encuentran totalmente limpios.



Fuente: tabla N° 04

Elaboración: el investigador

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos el 37.08% de los clientes considera que los utensilios (platos, cucharas, tenedor cuchillo y otros) se encuentran totalmente limpios, también el 29.21% considera que es muy bueno y solo el 7.30% considera que es malo; por tanto podemos decir que los utensilios (platos, cucharas, tenedor cuchillo y otros) se encuentran totalmente limpios para el uso de los clientes del restaurant.

Tabla N° 05
Los manteles y servilletas se encuentran limpios y en perfecto estado

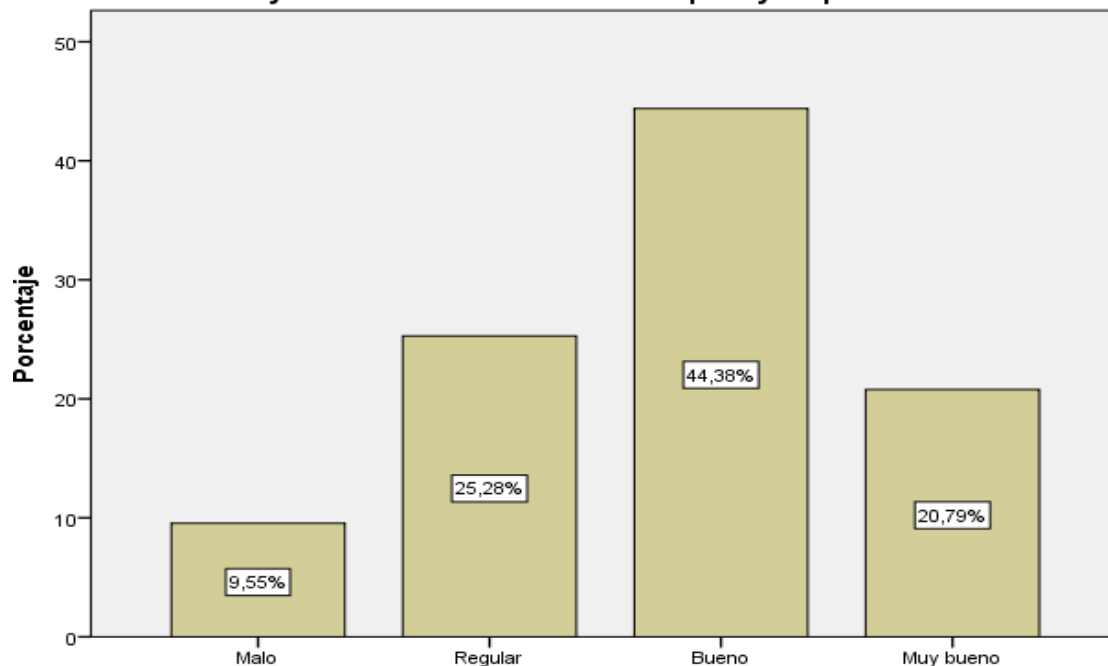
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	17	9,6	9,6	9,6
	Regular	45	25,3	25,3	34,8
	Bueno	79	44,4	44,4	79,2
	Muy bueno	37	20,8	20,8	100,0
	Total	178	100,0	100,0	

Fuente: cuestionario

Elaboración: el investigador

Gráfico N° 05

Los manteles y servilletas se encuentran limpios y en perfecto estado



Fuente: tabla N° 05

Elaboración: el investigador

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos el 44.38% de los clientes considera que los manteles y servilletas se encuentran limpios y en perfecto estado, también el 20.79% considera que es muy bueno y el 25.28% considera que es malo; por tanto podemos decir que los manteles y servilletas se encuentran limpios y en perfecto estado para el uso de los clientes en el restaurant.

Tabla N° 06
Los ambientes (Cocina, Baños y otros) del restaurant están limpios y en perfecto estado

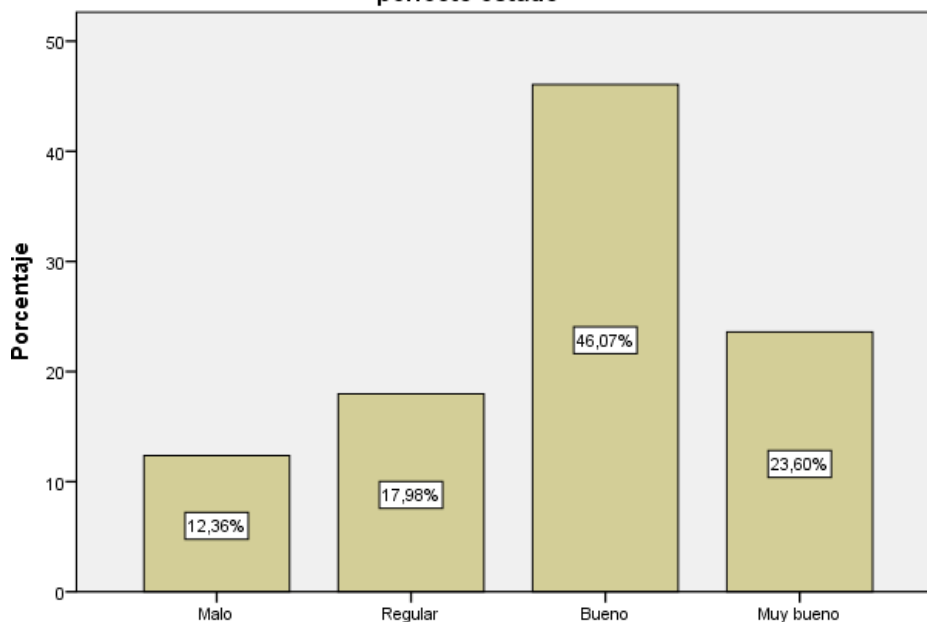
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	22	12,4	12,4	12,4
	Regular	32	18,0	18,0	30,3
	Bueno	82	46,1	46,1	76,4
	Muy bueno	42	23,6	23,6	100,0
	Total	178	100,0	100,0	

Fuente: cuestionario

Elaboración: el investigador

Grafico N° 06

Los ambientes (Cocina, Baños y otros) del restaurant están limpios y en perfecto estado



Fuente: tabla N° 06

Elaboración: el investigador

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos el 46.07% de los clientes considera que los ambientes (Cocina, Baños y otros) del restaurant están limpios y en perfecto estado, el 23.60 % considera que es muy bueno y el 17.98% considera que es malo; por tanto podemos decir que los ambientes (Cocina, Baños y otros) del restaurant están limpios y en perfecto estado para el uso de los clientes en el restaurant.

Dimensión 3: Inocuidad de producto

Tabla N° 07

Los productos o insumos que utilizan en el restaurant para preparar los platos son adecuados para su consumo (Limpios y desinfectados)

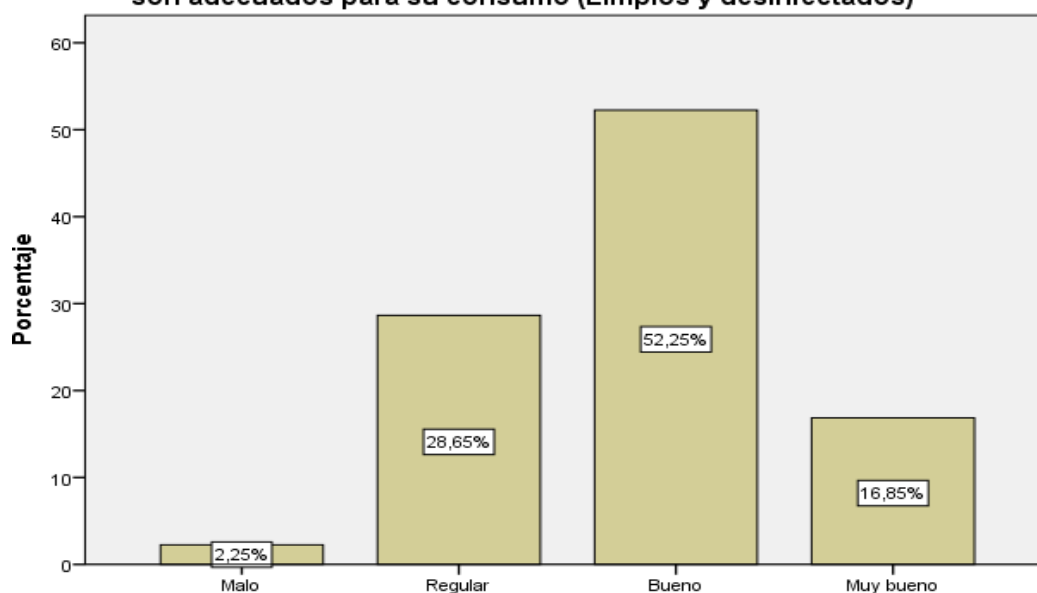
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	4	2,2	2,2	2,2
	Regular	51	28,7	28,7	30,9
	Bueno	93	52,2	52,2	83,1
	Muy bueno	30	16,9	16,9	100,0
	Total	178	100,0	100,0	

Fuente: cuestionario

Elaboración: el investigador

Gráfico N° 07

Los productos o insumos que utilizan en el restaurant para preparar los platos son adecuados para su consumo (Limpios y desinfectados)



Fuente: tabla N° 07

Elaboración: el investigador

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos el 52.25% de los clientes considera que los productos o insumos que utilizan en el restaurant para preparar los platos son adecuados para su consumo (Limpios y desinfectados), también el 16.85% considera que es muy bueno y el 28.65% considera que es malo; por tanto podemos decir que los productos o insumos que utilizan en el restaurant para preparar los platos son adecuados para su consumo (Limpios y desinfectados) en el restaurant.

Tabla N° 08

Los productos o insumos que utilizan en el restaurante para preparar los platos están frescos y conservados.

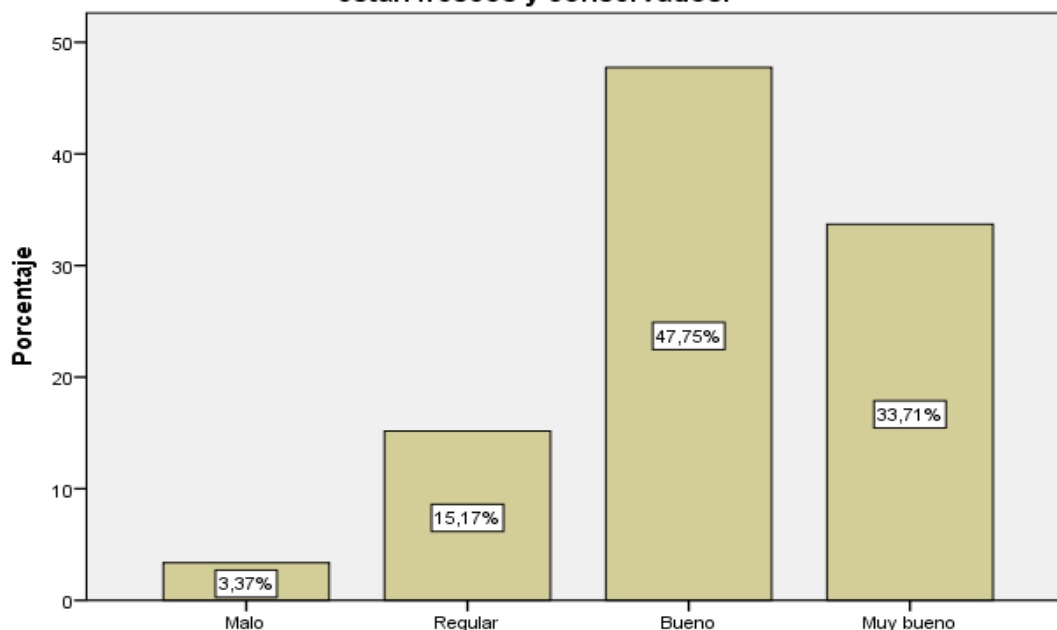
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	6	3,4	3,4	3,4
	Regular	27	15,2	15,2	18,5
	Bueno	85	47,8	47,8	66,3
	Muy bueno	60	33,7	33,7	100,0
	Total	178	100,0	100,0	

Fuente: cuestionario

Elaboración: el investigador

Grafico N° 08

Los productos o insumos que utilizan en el restaurante para preparar los platos están frescos y conservados.



Fuente: tabla N° 08

Elaboración: el investigador

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos el 47.75% de los clientes considera que los productos o insumos que utilizan en el restaurante para preparar los platos están frescos y conservados, también el 33.71% considera que es muy bueno y solo el 3.37% considera que es malo; por tanto podemos decir que los productos o insumos que utilizan en el restaurante para preparar los platos están frescos y conservados perfectamente hasta su adecuada preparación por el personal en el restaurant.

Tabla N° 09

Los productos o insumos que utilizan en el restaurante para preparar los platos tiene una cocción adecuada.

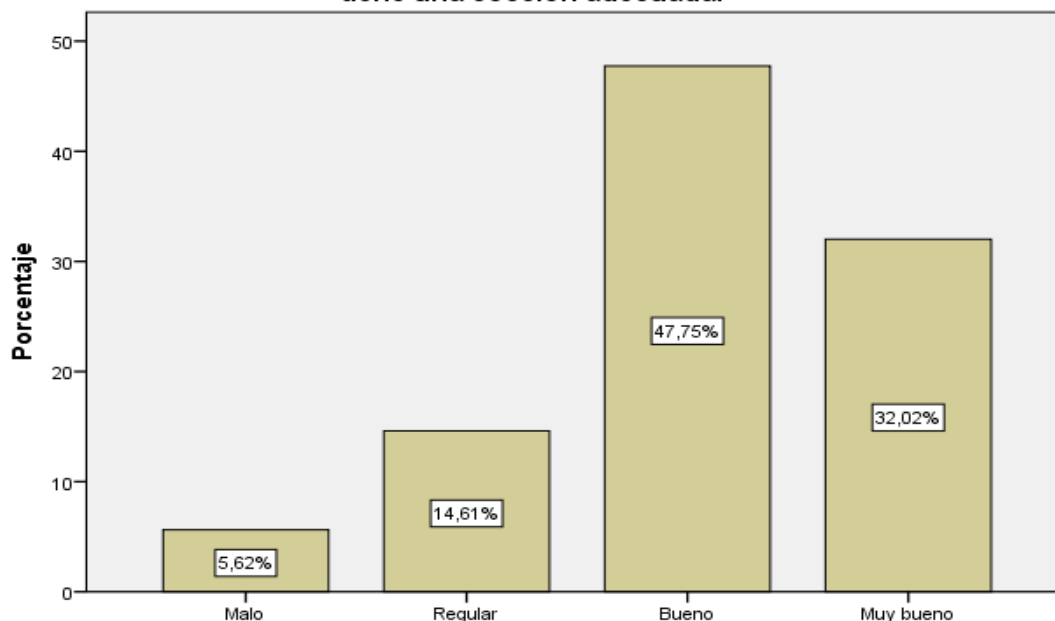
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	10	5,6	5,6	5,6
	Regular	26	14,6	14,6	20,2
	Bueno	85	47,8	47,8	68,0
	Muy bueno	57	32,0	32,0	100,0
	Total	178	100,0	100,0	

Fuente: cuestionario

Elaboración: el investigador

Grafico N° 09

Los productos o insumos que utilizan en el restaurante para preparar los platos tiene una cocción adecuada.



Fuente: tabla N° 09

Elaboración: el investigador

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos el 47.75% de los clientes considera que los productos o insumos que utilizan en el restaurante para preparar los platos están frescos y conservados, también el 33.71% considera que es muy bueno y solo el 3.37% considera que es malo; por tanto podemos decir que los productos o insumos que utilizan en el restaurante para preparar los platos están frescos y conservados perfectamente hasta su adecuada preparación por el personal en el restaurant.

Variable Dependiente: Satisfacción del cliente

Dimensión 4: Calidad de producto

Tabla N° 10

Considera adecuado el sabor de los platos consumidos.

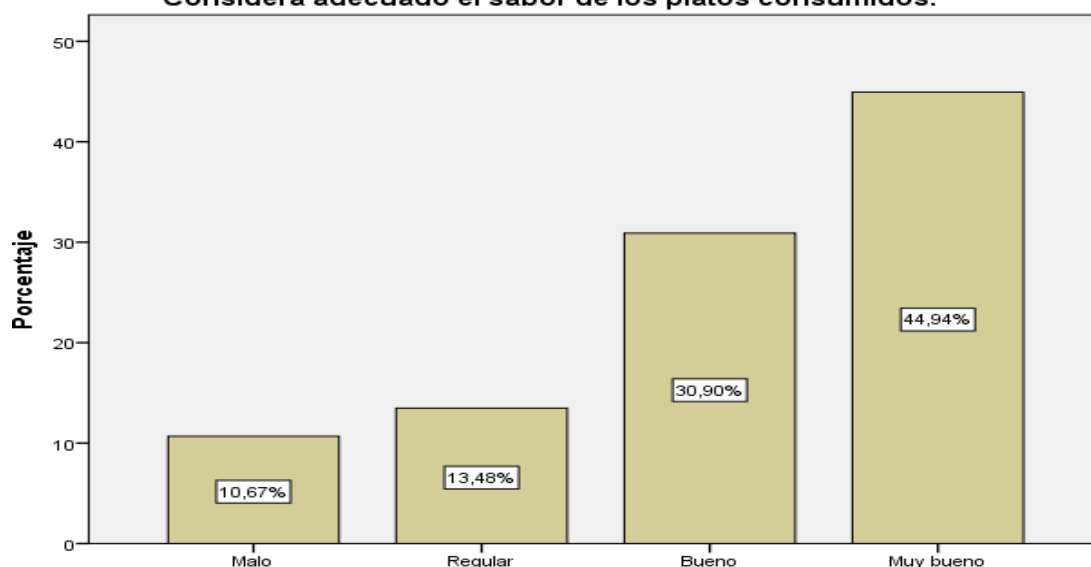
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	19	10,7	10,7	10,7
	Regular	24	13,5	13,5	24,2
	Bueno	55	30,9	30,9	55,1
	Muy bueno	80	44,9	44,9	100,0
	Total	178	100,0	100,0	

Fuente cuestionario

Elaboración: el investigador

Gráfico N° 10

Considera adecuado el sabor de los platos consumidos.



Fuente tabla N° 10

Elaboración: el investigador

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos el 30.90% de los clientes considera adecuado el sabor de los platos consumidos, el 44.94% considera que es muy bueno y solo el 10.67% considera que es malo; por tanto podemos considerar adecuado el sabor de los platos consumidos en el restaurant.

Tabla N° 11
Cómo considera usted que estuvo la creatividad en la presentación de los platos consumidos

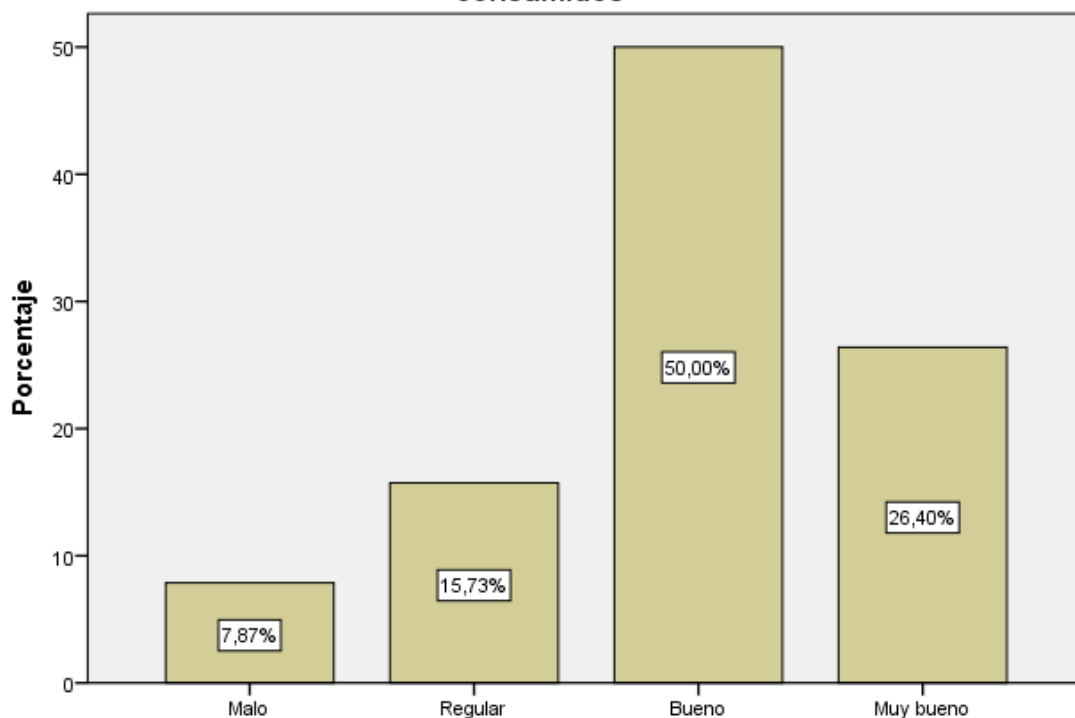
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	14	7,9	7,9	7,9
	Regular	28	15,7	15,7	23,6
	Bueno	89	50,0	50,0	73,6
	Muy bueno	47	26,4	26,4	100,0
	Total	178	100,0	100,0	

Fuente: cuestionario

Elaboración: el investigador

Gráfico N° 11

Cómo considera usted que estuvo la creatividad en la presentación de los platos consumidos



Fuente: tabla N° 11

Elaboración: el investigador

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos el 50.00% de los clientes considera que tuvo una buena creatividad en la presentación de los platos consumidos, también el 26.40% considera que es muy bueno y solo el 7.87% considera que fue malo; por tanto podemos decir que tuvieron buena creatividad en la presentación de los platos consumidos en el restaurant.

Tabla N° 12
Cómo percibió usted el aroma en los platos consumidos.

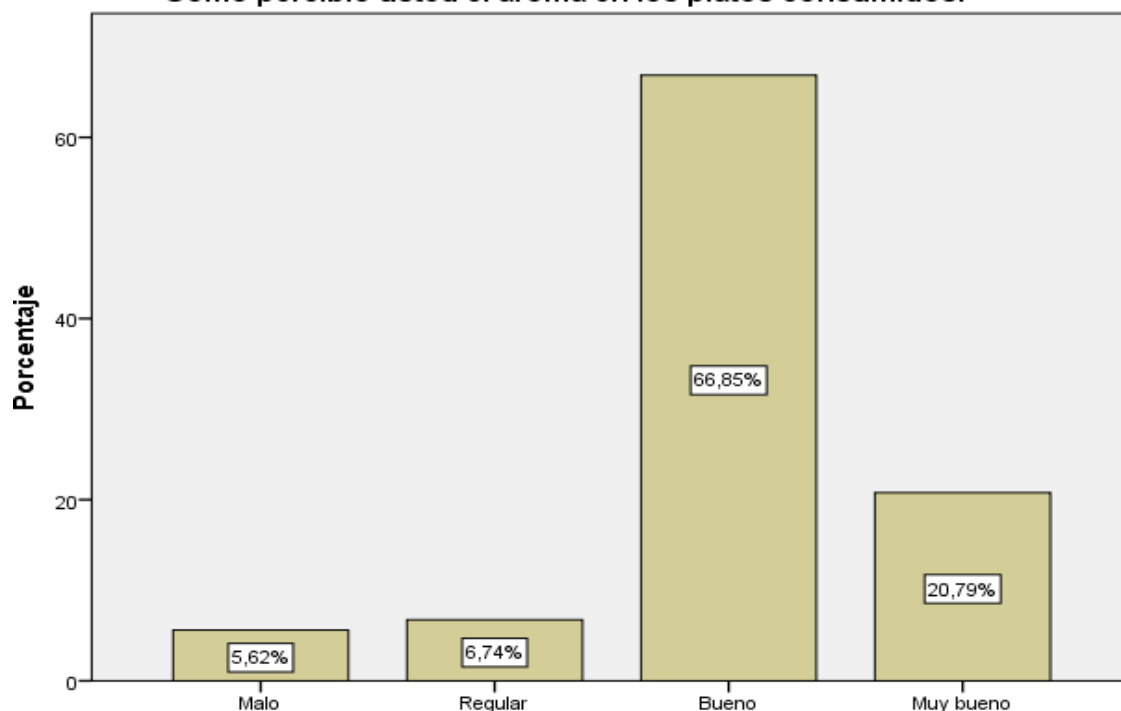
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	10	5,6	5,6	5,6
	Regular	12	6,7	6,7	12,4
	Bueno	119	66,9	66,9	79,2
	Muy bueno	37	20,8	20,8	100,0
	Total	178	100,0	100,0	

Fuente: cuestionario

Elaboración: el investigador

Grafico N° 12

Cómo percibió usted el aroma en los platos consumidos.



Fuente: tabla N° 12

Elaboración: el investigador

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos el 66.85% de los clientes considera que tuvo una buena percepción del aroma en los platos, también el 20.79% considera que fue muy bueno y solo el 5.62% considera que fue malo; por tanto podemos decir que los clientes tuvieron una buena percepción del aroma en los platos del restaurant.

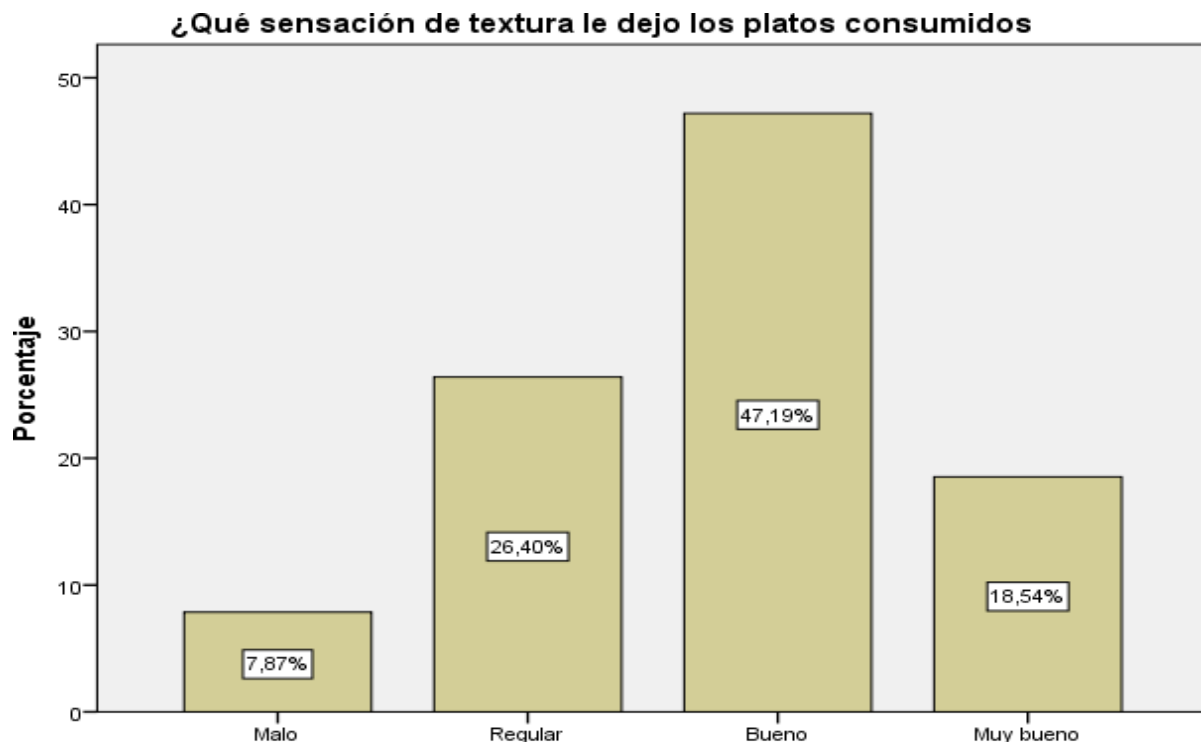
Tabla N° 13
¿Qué sensación de textura le dejó los platos consumidos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	14	7,9	7,9	7,9
	Regular	47	26,4	26,4	34,3
	Bueno	84	47,2	47,2	81,5
	Muy bueno	33	18,5	18,5	100,0
	Total	178	100,0	100,0	

Fuente: cuestionario

Elaboración: el investigador

Gráfico N° 13



Fuente: tabla N° 13

Elaboración: El investigador

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos el 47.19% de los clientes considera que tuvo una buena sensación de textura de los platos consumidos una buena percepción del aroma en los platos, también el 18.74% considera que fue muy bueno y solo el 7.87% considera que fue malo; por tanto podemos decir que los clientes tuvieron una buena sensación de textura de los platos consumidos el restaurant.

Dimensión 5: Aceptación de producto

Tabla N° 14

¿Cuál es el nivel de aceptación que le daría a los platos consumidos?

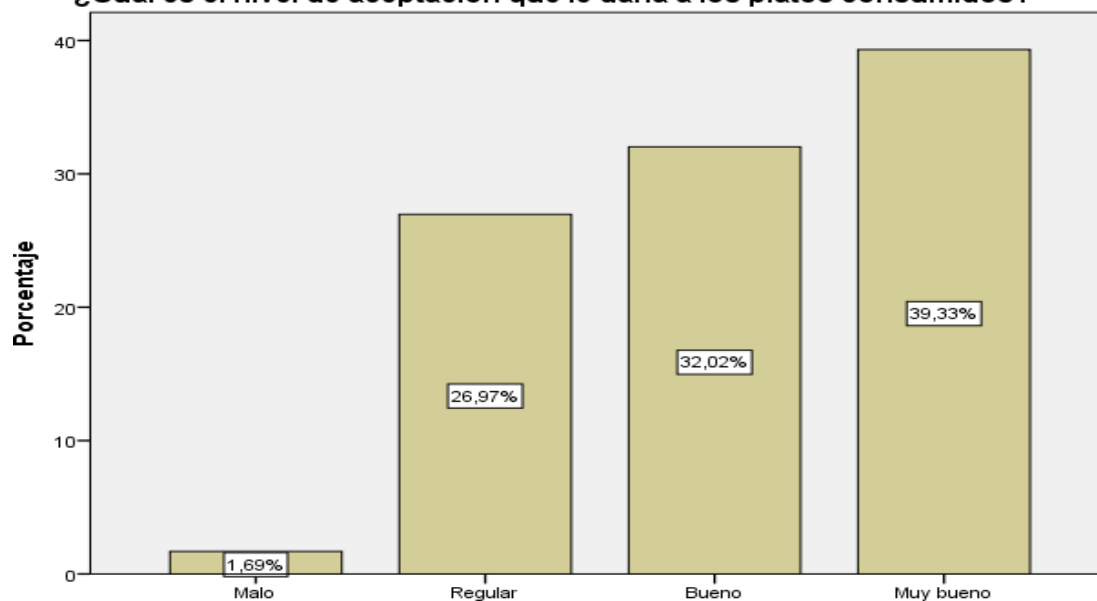
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	3	1,7	1,7	1,7
	Regular	48	27,0	27,0	28,7
	Bueno	57	32,0	32,0	60,7
	Muy bueno	70	39,3	39,3	100,0
	Total	178	100,0	100,0	

Fuente: cuestionario

Elaboración: el investigador

Grafico N° 14

¿Cuál es el nivel de aceptación que le daría a los platos consumidos?



Fuente: cuestionario

Elaboración: tabla N° 14

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos el 39.33% de los clientes considera que el nivel de aceptación que le daría a los platos consumidos es muy bueno, también el 32.02 % considera que fue bueno y solo el 1.69% considera que fue malo; por tanto podemos decir que el nivel de aceptación que le daría a los platos consumidos es muy bueno en el restaurant.

Tabla N° 15
Usted considera adecuada la preparación de los platos y confía en su consumo

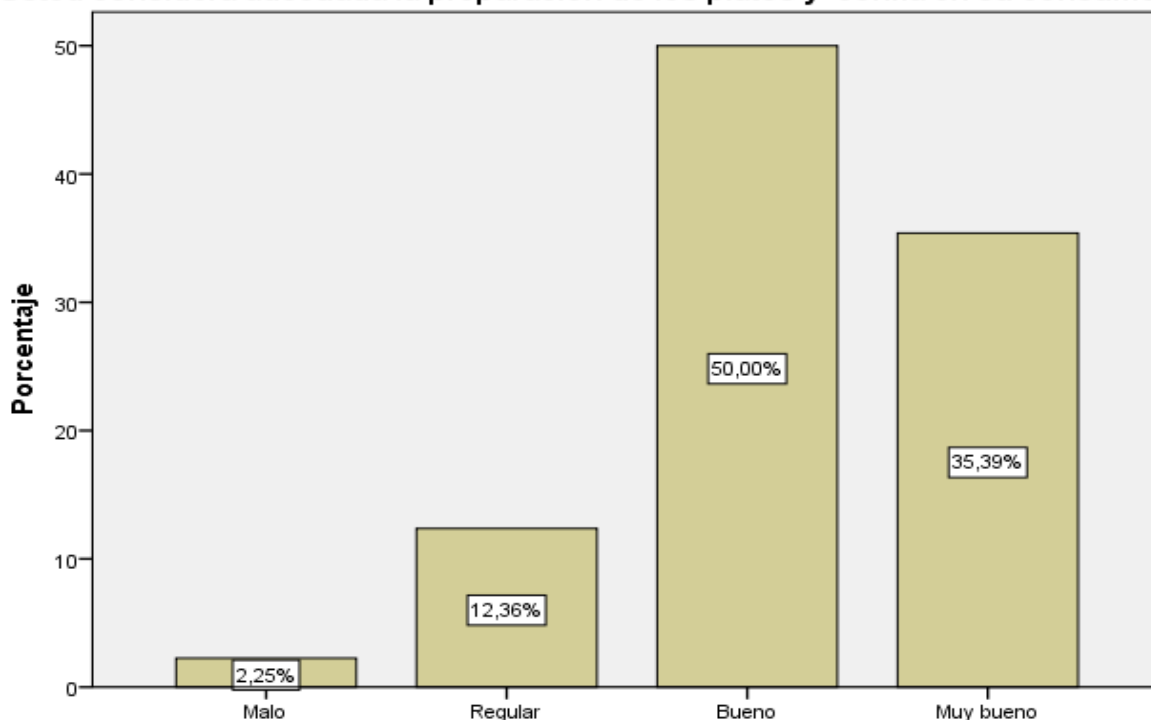
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	4	2,2	2,2	2,2
	Regular	22	12,4	12,4	14,6
	Bueno	89	50,0	50,0	64,6
	Muy bueno	63	35,4	35,4	100,0
	Total	178	100,0	100,0	

Fuente: cuestionario

Elaboración: el investigador

Gráfico N° 15

Usted considera adecuada la preparación de los platos y confía en su consumo



Fuente: tabla N° 15

Elaboración: El investigador

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos el 35.39% de los clientes considero que fue muy bueno la preparación de los platos y confió durante su consumo, también el 50.00% considera que fue bueno y solo el 2.25% considera que fue malo; por tanto podemos decir que fue muy bueno la preparación de los platos y se tuvo una buena confianza durante su consumo en el restaurant.

4.2. Contrastación de hipótesis y prueba de hipótesis

Para contrastar las hipótesis vamos utilizar la prueba de Correlación de Rho de Spearman siguiendo el análisis del coeficiente (valor de rho) como se muestra:

Valor de ρ	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

HIPOTESIS GENERAL

HI: Las buenas prácticas de manipulación de alimentos y la satisfacción del cliente tiene una relación significativa Media - Alta en el Chifa Pollería Espinoza, distrito de Panao provincia de Pachitea 2019

HO: Las buenas prácticas de manipulación de alimentos y la satisfacción del cliente tiene una relación significativa muy baja – baja en el Chifa Pollería Espinoza, distrito de Panao provincia de Pachitea 2019

Tabal N° 16
Correlación Hipótesis General

		V1	V2	
Rho de Spearman	BPM	Coeficiente de correlación	1,000	,760**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	178	178
satisfacción del cliente		Coeficiente de correlación	,760**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	178	178

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: cuestionario
Elaboración: El Investigador

Análisis e Interpretación:

Según el coeficiente de correlación tenemos un valor de 0.760 que se encuentra en un nivel positivo y alto; además el valor de significancia es de 0.000 que es menor a 0.05; entonces podemos decir que se aprueba la hipótesis de investigación y afirmamos que las buenas prácticas de manipulación de alimentos y la satisfacción del cliente tiene una relación significativa Media - Alta en el Chifa Pollería Espinoza.

HIPOTESIS ESPECIFICA N° 01

La limpieza de personal y la satisfacción del cliente tiene una relación significativa Media - Alta en el Chifa Pollería Espinoza, distrito de Panao provincia de Pachitea 2019.

Tabal N° 17
Correlación Hipótesis Especifica N° 01

		D1	V2	
Rho de Spearman	limpieza de personal	Coeficiente de correlación	1,000	,687**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	178	178
satisfacción del cliente		Coeficiente de correlación	,687**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	178	178

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: cuestionario
Elaboración: El Investigador

Análisis e Interpretación:

Según el coeficiente de correlación tenemos un valor de 0.687 que se encuentra en un nivel positiva moderada; además el valor de significancia es de 0.000 que es menor a 0.005; entonces podemos decir que se aprueba la hipótesis de investigación y afirmamos que la limpieza de personal y la satisfacción del cliente tiene una relación significativa Media - Alta en el Chifa Pollería Espinoza

HIPOTESIS ESPECIFICA N° 02

La limpieza y desinfección y la satisfacción del cliente tiene una relación significativa Media - Alta en el Chifa Pollería Espinoza, distrito de Panao provincia de Pachitea 2019.

Tabla N° 18

Correlación Hipótesis Especifica N° 02

			D2	V2
Rho de	limpieza y	Coeficiente de correlación	1,000	,729**
Spearman	desinfección	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	178	178
	satisfacción	Coeficiente de correlación	,729**	1,000
	del cliente	Sig. (bilateral)	,000	.
		N	178	178

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: cuestionario

Elaboración: El Investigador

Análisis e Interpretación:

Según el coeficiente de correlación tenemos un valor de 0.729 que se encuentra en un nivel positiva alta; además el valor de significancia es de 0.000 que es menor a 0.05; entonces podemos decir que se aprueba la hipótesis de investigación y afirmamos que la limpieza y desinfección y la satisfacción del cliente tiene una relación significativa Media - Alta en el Chifa Pollería Espinoza,

HIPOTESIS ESPECIFICA N° 03

La inocuidad y la satisfacción del cliente tiene una relación significativa Media - Alta en el Chifa Pollería Espinoza, distrito de Panao provincia de Pachitea 2019

Tabla N° 19
Correlación Hipótesis Específica N° 03

		D3	V2
Rho de Spearman	Inocuidad	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,731**
		N	178
	satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	,731**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	178

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: cuestionario

Elaboración: El Investigador

Análisis e interpretación

Según el coeficiente de correlación tenemos un valor de 0.731 que se encuentra en un nivel positiva alta; además el valor de significancia es de 0.000 que es menor a 0.05; entonces podemos decir que se aprueba la hipótesis de investigación y afirmamos que la inocuidad y la satisfacción del cliente tiene una relación significativa Media - Alta en el Chifa Pollería Espinoza.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1. Contrastación de los resultados

Con la investigación podemos saber que la buena práctica de manipulación de alimentos en cualquier tipo de empresa es fundamental, como también seguir ciertas normas de higiene y limpieza, pero en pocas empresas es tan importante seguir estas normas al pie de la letra como en los restaurantes. Por razones obvias, en un lugar donde se manipulen los alimentos de forma constante y sistemática es esencial mantener un alto grado de higiene en cada etapa del proceso mediante el cual la comida llega a las mesas; a nadie le gusta llegar a un establecimiento de comida y encontrar que el lugar tiene un aspecto sucio y desordenado, mucho menos entrar al baño y encontrarlo inusable. Esto nos hace pensar: si así mantienen el local, ¿qué se puede esperar de la higiene a la hora de manipular los alimentos que vengo a consumir? Estas son el tipo de situaciones que traen un negocio abajo. Ninguna persona en su sano juicio pondrá su salud en riesgo cuando hay tantas otras opciones que sí valoran la higiene en sus localidades.

Estos aspectos del BMP, según la investigación es muy importante, ya que incide directamente a la satisfacción del cliente y es beneficioso para el restaurant, ya que genera mayor rentabilidad y más clientes; en tal sentido se aprueba la hipótesis de investigación planteada.

por otro lado, debemos considerar una higiene total, no solo en la cocina, sino en todo el restaurante, se debe tener en cuenta que cuando un cliente visita un restaurante, toma en cuenta incluso el olor que percibe en el mismo.

Según Melgarejo (2018) es su investigación manifiesta que los empleados de los restaurantes en su mayoría no cumplen adecuadamente los procesos de higiene en la manipulación de alimentos, por lo que no tienen conocimiento de las normas de higiene y no son capacitados e inspeccionados por los dueños; en la investigación realiza los comensales manifiestan que 47.75% de los clientes considera que los productos o insumos que utilizan en el restaurante para preparar los platos están frescos y conservados, también el 33.71%

considera que es muy bueno y solo el 3.37% considera que es malo; también 52.25% de los clientes considera que los productos o insumos que utilizan en el restaurant para preparar los platos son adecuados para su consumo (Limpios y desinfectados); en tal sentido podemos decir que según Melgarejo, no todos los restaurantes tienen empleados que no cumplen adecuadamente los procesos de higiene en la manipulación de alimentos; algunos establecimientos si se preocupan por aplicar el proceso del BPM.

Silva (2016) es su trabajo, sobre un diseño de un sistema de gestión de calidad bajo la norma iso 22000:2005 en una empresa del sector alimentario, manifiesta que, la implementación del sistema de calidad permitirá mejorar la capacidad de la empresa para identificar, prevenir y controlar los peligros potenciales causantes de la contaminación del producto; también se puede manifestar que este diseño ayudará a mejorar la satisfacción del cliente como se demuestra en la investigación, donde el personal del restaurant si tiene conocimiento de BPM y esto ayuda a mejorar la satisfacción como lo demuestra los resultados obtenidos que el 39.33% de los clientes considera que el nivel de aceptación que le daría a los platos consumidos es muy bueno, también el 32.02 % considera que fue bueno y solo el 1.69% considera que fue malo, además el 35.39% de los clientes considero que fue muy bueno la preparación de los platos y confió durante su consumo, también el 50.00% considera que fue bueno y solo el 2.25% considera que fue malo; por tanto podemos decir que fue muy bueno la preparación de los platos y se tuvo una buena confianza durante su consumo en el restaurant; todo esto debido a que el personal si conoce el BPM y permite mejorar la capacidad de la empresa tal como manifiesta Siva.

CONCLUSIONES

- Se determinó la relación de las buenas prácticas de manipulación de alimentos y la satisfacción del cliente y según el coeficiente de correlación tenemos un valor de 0.760, como se aprecia en la tabla N° 16; entonces se encuentra en un nivel positivo y alto; además el valor de significancia es de 0.000 que es menor a 0.005; entonces podemos decir que si existe una relación; el personal del restaurante está cumpliendo con las buenas prácticas, se realiza la limpieza, los alimentos están frescos y todo esto está repercutiendo de buena manera en la satisfacción del cliente del Chifa Pollería Espinoza.
- Se determinó la relación de la limpieza de personal y la satisfacción del cliente y Según el coeficiente de correlación tenemos un valor de 0.687, como se aprecia en la tabla N° 17; en tal sentido se encuentra en un nivel positiva moderada; además el valor de significancia es de 0.000 que es menor a 0.005; entonces podemos decir que si existe relación, el vestuario del personal, la higiene y otros factores son los adecuados a la percepción del cliente, ya que estos si inciden en la calidad de servicio; aunque esta dimensión de limpieza de personal es el más bajo a comparación de las otras dos que tiene un coeficiente de correlación de 0.687 que es un 67%.
- Se determinó la relación de la limpieza y desinfección y la satisfacción del cliente Según el coeficiente de correlación tenemos un valor de 0.729, como se parecía en la tabla N° 18; en tal sentido se encuentra en un nivel positiva alta; además el valor de significancia es de 0.000 que es menor a 0.05; entonces podemos decir si existe una incidencia y una relación entre la limpieza y desinfección de utensilios, la mantelería, servilletas y el ambiente; todo esto el cliente lo percibe como de buena calidad en el Chifa Pollería Espinoza.
- Se determinó la relación de la inocuidad y la satisfacción del cliente y según el coeficiente de correlación tenemos un valor de 0.731, como se muestra en la tabla N° 19; entonces se encuentra en un nivel positiva alta;

además el valor de significancia es de 0.000 que es menor a 0.05; entonces podemos decir que si existe relación por lo cual la limpieza de los insumos, la conservación, frescura y la cocción son adecuados y por ende está incidiendo altamente en la satisfacción del cliente en el Chifa Pollería Espinoza

RECOMENDACIONES

- Al administrador del restaurante tener mejor implementado las buenas prácticas de manipulación de alimentos en base a manuales que están en el marco de las normas nacionales e internacionales sobre Higiene y Sanidad de los alimentos como por ejemplo el Manual de Buenas Prácticas de Manipulación, dirigido a empresarios, administradores y empleados de restaurantes, de PROMpyme, Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo del Perú., otro manual que se sugiere es el del MINCETUR (manual de buenas prácticas de manipulación de alimentos para restaurantes y servicios a fines)
- El administrador del restaurante debe tomar en cuenta que todo el personal reciba entrenamiento en manipulación de alimentos e higiene personal. Permanentemente limpios. El personal masculino con el cabello cortado y sin barba. El personal femenino con el pelo sujetado, y sin pintado de uñas. Sin adornos ni lápices u otros objetos que puedan caerse a la comida; los baños del personal así como los casilleros, deben estar permanentemente limpios, sin residuos de alimentos; con respecto al uniforme del personal debe ser de material no inflamable, preferible, con pechera de protección, si es necesario, utilizar mandil; zapatos cerrados, con suela antideslizante; si es necesario, utilizar guantes impermeables y desechables.
- La distribución de sus ambientes (cocina, almacenes, salones, servicios higiénicos, ambiente para basura, servicio de primeros auxilios, con sistemas de seguridad), debe considerar el alejamiento de los focos y posibilidades de contaminación (directa o cruzada). Preferir un único uso en cada ambiente. Contar con abastecimiento propio de agua y red de desagüe, los equipos y utensilios deben ser de material lavable, liso, y fáciles de limpiar y desinfectar. No deben alterar el olor y sabor del alimento que contengan, los materiales porosos no son aconsejables, la localización de los equipos debe ser de fácil acceso para su limpieza. Todos los equipos deben ser fácilmente desarmables para su limpieza.

- La recepción de los alimentos será cuidadosa, verificando el olor y apariencia de lo que se recibe, desechando las que presentan condiciones riesgosas. Mejor si es en horas tempranas del día. Cuidar de su disposición, transporte y almacenamiento, al comienzo de la preparación, los productos serán adecuadamente lavados (mejor uno por uno). En el caso de la elaboración de alimentos que serán consumidos sin cocción previa, es indispensable su desinfección para reducir la carga microbiana presente. Deben emplearse utensilios exclusivos para el pelado y cortado, evitando usar en los cocidos, aquellos empleados en alimentos crudos; los utensilios usados en el cocinado, deben estar debidamente lavados y desinfectados. Las temperaturas y tiempo de cocción deben ser suficientes para cocer por completo los alimentos. La grasa y aceites que se usen para freír deben renovarse ante evidente cambio de color, sabor u olor (no se reutilizará el aceite que halla quedado del día anterior); Para probar la sazón de las preparaciones directamente de la olla o otras fuentes, se deberán emplear utensilios que no se volverán a introducir si previamente no se lavan; En el servido se emplearán utensilios exclusivos, previo lavado y desinfectado. La persona que sirve a los comensales debe observar rigurosa higiene personal, en especial en las manos. Por ningún motivo la persona que sirve el alimento debe tomar dinero al mismo tiempo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico . (Martes de Enero de 2019). Junta de Andalucía. Obtenido de Junta de Andalucía: http://www.juntadeandalucia.es/empleo/recursos2/material_didactico/especialidades/materialdidactico_manipulacion_alimentos/PDF/Manual_Comun.pdf
- CORONEL ARCE, C. S. (2016). Calidad de Servicio y Grado de Satisfacción del Cliente en el Restaurant Pizza Hutt en el centro comercial Mega Plaza. Lima: Universidad Señor de Sipán.
- Ministerio de Salud. (2017). MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA (BPM) Y PROGRAMA DE HIGIENE Y SANEAMIENTO (PHS). Lima: MINSA.
- ONU, OPS & OMS. (2016). Manual para Manipuladores de Alimentos. Whashington, EE. UU.: OPS y FAO.
- PIÑERA Restaurant. (6 de Agosto de 2018). Productos de calidad en un restaurante tradicional de Madrid. Recuperado el 13 de febrero de 2019, de Productos de calidad en un restaurante tradicional de Madrid: <https://restaurantepinera.com/archivos/858>
- PROMPYME. (2014). Manual de Buenas Practicas de Manipulacion . Peru: Gobierno del Peru.
- Hunt, H.K. (2008). A 10 based on expectations but normatively a 3.6371. En Day, R.L. y Hunt, H.K. (eds.), Proceedings of the 7th Annual Conference on Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behaviour (pp.130-131). Knoxville: University of Tennessee.
- Peterson, R.A. y Wilson, W.R. (2009). Measuring customer satisfaction: fact and artefact. Journal of the Academy of Marketing Science, 58, 111-124.
- Moliner, B.; Berenguer, G. y Gil, I. (2001). La importancia de la performance y las expectativas en la formación de la satisfacción del consumidor. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la empresa, 7 (3), 155-172

- Oliver, R. L. y Swan, J. (2008). Consumer perceptions of interpersonal equity and satisfaction in transactions: a field survey approach. *Journal of Marketing*, 53, 21-35.
- Johnson, M. D. y Fornell, C. (1991). Un esquema para comparar la satisfacción del cliente. A framework for comparing customer satisfaction across individuals and product categories. *Journal of Economic Psychology*, 12, 267-86.
- Hunt, H.K. (2007). CS/D Un punto de vista del futuro de la investigación de servicios hoteleros. *Conceptualization and Measurement of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction*, (pp. 455-488). Cambridge: Marketing Science Institute.
- Teas, R. K. (1993). Expectations, performance evaluation and consumer's perceptions of quality. *Journal of Marketing*, 57, 18-34.
- Morales Sánchez, V. (2009) Evaluación psicosocial de la calidad en los servicios municipales deportivos: aportaciones desde el análisis de variabilidad. Universidad de Málaga: Tesis Doctoral.
- Bloemer, J. y de Ruyter, K. (2005). Integración de la calidad del servicio y la satisfacción: pain in the neck of marketing opportunity? *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behaviour*, 8, 44-52.
- Martínez-Tur, V., Peiró, J.M; y Ramos, J. (2001). Calidad de servicio y satisfacción del cliente: una perspectiva psicosocial. Madrid: Síntesis.

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVO	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGIA	TECNICAS DE INSTRUMENTO
<p><u>PROBLEMA GENERAL</u></p> <p>¿Cómo se relaciona las buenas prácticas de manipulación de alimentos y la satisfacción del cliente del Chifa Pollería Espinoza, distrito de Panao provincia de Pachitea 2019?</p> <p><u>PROBLEMAS ESPECIFICOS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo se relaciona la Limpieza de personal y la satisfacción del cliente del Chifa Pollería Espinoza, distrito de Panao provincia de Pachitea 2019? • ¿Cómo se relaciona la Limpieza y desinfección del local y la satisfacción del cliente del Chifa Pollería Espinoza, distrito de Panao provincia de Pachitea 2019? • ¿Cómo se relaciona la Inocuidad del producto y la satisfacción del cliente del Chifa Pollería Espinoza, distrito de Panao provincia de Pachitea 2019? 	<p><u>OBJETIVOS GENERALES:</u></p> <p>Determinar la relación de las buenas prácticas de manipulación de alimentos y la satisfacción del cliente del Chifa Pollería Espinoza, distrito de Panao provincia de Pachitea 2019</p> <p><u>OBJETIVOS ESPECIFICOS:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar la relación de la Limpieza de personal y la satisfacción del cliente del Chifa Pollería Espinoza, distrito de Panao provincia de Pachitea 2019 • Determinar la relación de la Limpieza y desinfección del local y la satisfacción del cliente del Chifa Pollería Espinoza, distrito de Panao provincia de Pachitea 2019 • Determinar la relación de la Inocuidad del producto y la satisfacción del cliente del Chifa Pollería Espinoza, distrito de Panao provincia de Pachitea 2019. 	<p style="text-align: center;">VARIABLE INDEPENDIENTE</p> <p style="text-align: center;">BPMA</p>	Limpieza de personal	<p><u>Tipo de Investigación</u></p> <p>Por el Propósito – Aplicativo Enfoque - Cuantitativo</p> <p><u>Nivel</u></p> <p>El presente trabajo es de nivel Descriptivo - Correlacional.</p> <p><u>Diseño</u></p> <p>El presente trabajo es de diseño No Experimental – TRANSVERSAL</p> <p><u>Población</u></p> <p>Está conformada por los clientes EN EL CHIFA POLLERÍA ESPINOZA de la localidad de Panao, tomando como referencia la estadística de comensales de un mes que hacen un total de:1852</p> <p><u>Muestra</u></p> <p>178</p>	<p><u>TÉCNICA</u></p> <p>Encuestas: por medio de la técnica se realizaran las encuestas a través de preguntas y respuestas cerradas, es decir claras, concretas y puntuales.</p> <p><u>INSTRUMENTO</u></p> <p>A través de los formularios estructurados con preguntas dirigidos a los comensales del restaurant, referente al tema de la investigación. Se aplicará un cuestionario para los clientes de 15 preguntas al momento que ya se terminaron de consumir o ya hicieron uso del servicio, para así contrastar ambas variables.</p>
			Limpieza y desinfección del local		
			Inocuidad de producto		
		<p style="text-align: center;">VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p style="text-align: center;">Satisfacción del cliente</p>	Calidad de producto		
			Acceptación de producto		

CUESTIONARIO PARA MEDIR LAS BUENAS PRÁCTICAS DE MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL CHIFA POLLERÍA ESPINOZA, DISTRITO DE PANAO PROVINCIA DE PACHITEA 2019

continuación establezca en una escala del 1 al 5 para medir su satisfacción con respecto a la higiene y manipulación de los alimentos que ha consumido de acuerdo a la siguiente escala:

1=Muy Malo 2= Malo 3= Regular 4=Bueno 5= Muy Bueno

Preguntas	Nivel Percibido del servicio				
	1	2	3	4	5
1. El personal de cocina y los mozos cuentan con la ropa adecuada (Uniforme limpio, malla para el cabello, guantes y otros)	1	2	3	4	5
2. El personal del restaurant (cocineros y mozos) mantiene un alto grado de limpieza personal.	1	2	3	4	5
3. El personal de cocina y mozos tienen un buen estado de salud	1	2	3	4	5
4. Los utensilios (platos, cucharas, tenedor cuchillo y otros) se encuentran totalmente limpios.	1	2	3	4	5
5. Los manteles y servilletas se encuentran limpios y en perfecto estado	1	2	3	4	5
6. Los ambientes (Cocina, Baños y otros) del restaurant están limpios y en perfecto estado	1	2	3	4	5
7. Los productos o insumos que utilizan en el restaurant para preparar los platos son adecuados para su consumo (Limpios y desinfectados)	1	2	3	4	5
8. Los productos o insumos que utilizan en el restaurante para preparar los platos están frescos y conservados.	1	2	3	4	5
9. Los productos o insumos que utilizan en el restaurante para preparar los platos tiene una cocción adecuada.	1	2	3	4	5
10. Considera adecuado el sabor de los platos consumidos.	1	2	3	4	5
11. Cómo considera usted que estuvo la creatividad en la presentación de los platos consumidos	1	2	3	4	5
12. Cómo percibió usted el aroma en los platos consumidos.	1	2	3	4	5
13. ¿Qué sensación de textura le dejó los platos consumidos	1	2	3	4	5
14. ¿Cuál es el nivel de aceptación que le daría a los platos consumidos?	1	2	3	4	5
15. Usted considera adecuada la preparación de los platos y confía en su consumo	1	2	3	4	5

Interior del Restaurante



Cocina del Restaurante

