



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

EXTENSIÓN CHONE

CARRERA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

TURÍSTICA Y HOTELERA

TRABAJO DE TITULACIÓN, MODALIDAD

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TITULO:

“LA MANIPULACIÓN DE LOS ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LOS RESTAURANTES DEL CANTÓN TOSAGUA EN LA DEMANDA DE LOS CONSUMIDORES”

AUTORES:

ÁNGELA YOMAIRA CEVALLOS CEDEÑO

FRANCISCO GREGORIO PÁRRAGA ZAMBRANO

TUTORA:

LCDA. XIOMARA CECILIA CEDEÑO ZAMBRANO, Mg. Ge.

CHONE - MANABÍ - ECUADOR

2017

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Lcda. Xiomara Cecilia Zambrano Cedeño, Mg. Ge, Docente de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, Extensión Chone, en calidad de tutora del Trabajo de Titulación.

CERTIFICO:

Que el presente Trabajo de titulación, Modalidad Proyecto de Investigación, cuyo tema se titula: **“LA MANIPULACIÓN DE LOS ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LOS RESTAURANTES DEL CANTÓN TOSAGUA EN LA DEMANDA DE LOS CONSUMIDORES ”**, ha sido exhaustivamente revisado en varias sesiones de trabajo, el cual se encuentra listo para su presentación y apto para su defensa.

Las opiniones y concepciones teóricas vertidas en este Trabajo de Titulación son fruto del trabajo, perseverancia y originalidad de sus autores: **CEVALLOS CEDEÑO ÁNGELA YOMAIRA y PÁRRAGA ZAMBRANO FRANCISCO GREGORIO**, siendo de su exclusiva responsabilidad.

Chone, octubre de 2017

Lcda. Xiomara Cecilia Zambrano Cedeño, Mg. Ge

TUTORA

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

La responsabilidad de las opiniones, investigaciones, resultados, conclusiones y recomendaciones presentados en este Trabajo de Titulación, es exclusividad de sus autores.

Chone, octubre de 2017

Cevallos Cedeño Ángela Yomaira

AUTORA

Párraga Zambrano Francisco Gregorio

AUTOR



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

EXTENSIÓN CHONE

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Los miembros del tribunal Examinador aprueban el Informe final del Trabajo de Titulación, Modalidad Proyecto de Investigación, cuyo tema se titula: “**LA MANIPULACIÓN DE LOS ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LOS RESTAURANTES DEL CANTÓN TOSAGUA EN LA DEMANDA DE LOS CONSUMIDORES**”, elaborado por los egresados: **CEVALLOS CEDEÑO ÁNGELA YOMAIRA** y **PÁRRAGA ZAMBRANO FRANCISCO GREGORIO**, de la carrera de Licenciatura en Administración Turística y Hotelera.

Chone, octubre de 2017

Ing. Odilón Schnabel Delgado, Mgs.

DECANO

Lcda. Cecilia Zambrano Cedeño, Mg. Ge

TUTORA

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Lcda. Fátima Saldarriaga Santana

SECRETARIA

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación que he realizado con esfuerzo, dedicación y esmero se lo dedico de manera especial a:

Mis padres: Dolores Cedeño y Ángel Cevallos, quienes son el cimiento primordial en mi vida, quienes me motivan todos los días de mi vida, brindándome en todo instante el apoyo moral absoluto para lograr mis ideales, guiándome siempre por el buen camino, imbuyéndome siempre de buenos sentimientos, costumbres y valores, lo cual ha favorecido a perfeccionar mi accionar buscando siempre la superación y el éxito académico.

Mi esposo: Ramón Navarrete y especialmente a mis hijos: Thiago, Ángel y Slayther que han estado a mi lado en todo momento brindándome su comprensión, amistad y cariño; con quien he compartido los momentos más felices y maravillosos de mi vida.

Mis distinguidos y apreciados catedráticos, que con su dedicación e invaluable generosidad impartieron en mí todos sus conocimientos y enseñanzas; y a mi libérrima Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, Extensión Chone, por haberme acogido en sus aulas pedagógicas, y por esa entrega al profesionalismo de excelencia.

Con cariño;

ÁNGELA YOMAIRA

DEDICATORIA

Con toda la humildad que emana de mi corazón, dedico este trabajo de titulación a mis padres, quienes son el sostén y el pilar fundamental en mi vida e hicieron lo humano posible para la culminación de esta etapa estudiantil que me ha preparado para poner al servicio de la sociedad.

De la misma manera dedico este trabajo fruto de mi perseverancia y esfuerzo académico a mis hermanos, quienes en todo momento me brindaron su cariño, afecto, amor, y apoyo incondicional, de quienes guardo los más gratos y maravillosos recuerdos de mi infancia.

Así mismo también dedico este trabajo de titulación a mis distinguidos y apreciados catedráticos, que con rigor pedagógico, amor, y sabiduría depositaron en mi formación académica todo su apostolado; y a mi libérrima Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, Extensión Chone, porque en sus aulas pedagógicas recibí las mejores y más nobles enseñanzas.

Este trabajo de titulación también la dedico a los administradores, propietarios, empleados y clientes de los restaurantes del cantón Tosagua ya que ellos fueron la razón fundamental para la realización de esta indagación, por su valiosa colaboración y aporte al desarrollo de la misma, puesto que sin ellos hubiese sido imposible concluir con esta investigación.

Con infinito amor;

FRANCISCO GREGORIO

AGRADECIMIENTO

Agradecemos infinitamente a Dios, ser supremo del universo por habernos dado la vida y por permitir que la sabiduría dirija y guie nuestra accionar, quien en todo momento ha iluminado nuestro camino cuando más oscura ha estado, por eso damos gloria y honra a él.

Agradecemos también la confianza y el apoyo incondicional de nuestros padres, quienes son ejemplo de superación, trabajo y estabilidad familiar; que con afán, sacrificio y amor supieron motivarnos moral y materialmente para concluir exitosamente nuestra formación académica superior, obtener un título profesional y de esa forma asegurarnos una vida digna y un futuro promisorio.

Nuestro sincero y afectuoso agradecimiento al decano de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, Extensión Chone, quien con su acertado liderazgo educativo busca siempre proveernos de una formación académica de calidad y calidez.

De igual forma nuestra gratitud a la Lcda Xiomara Cecilia Zambrano Cedeño, tutora de este trabajo de titulación, quien con sus vastos conocimientos, espontaneidad, alegría y transparencia de cristal nos ha brindado toda la asesoría necesaria, misma que nos permitió desarrollar satisfactoriamente esta investigación.

Un agradecimiento muy especial a nuestro ilustre amigo Lcdo. Wilson Gómez Álava, quien también con nobleza, entusiasmo y alegría nos orientó técnica, pedagógica y metodológicamente en la realización de este trabajo de titulación.

Finalmente agradecemos a nuestros compañeros de aula, porque a lo largo de estos 4 años de estudio formaron parte de nuestra familia, especialmente aquellos que desinteresadamente nos brindaron su amistad, cariño, comprensión, y apoyo moral, dándonos con ello, momentos muy gratos e inolvidables.

Con gratitud y afecto;

ÁNGELA YOMAIRA

FRANCISCO GREGORIO

SÍNTESIS

El presente trabajo de titulación, modalidad proyecto de investigación, es fruto de una profunda y exhaustiva indagación, análisis, y aplicación de una variedad de métodos teóricos e empíricos, técnicas e instrumentos de investigación; gracias a los cuales y luego de haber realizado la respectiva tabulación se obtuvieron resultados, entre los que se describen los más relevantes; el 100% de los encuestados afirman que las buenas practicas higiénicas en la manipulación de los alimentos y bebidas son fundamentales para prevenir y disminuir la contaminación de los mismos; el 87% de los consumidores si se sientes satisfecho por la atención brindada en los restaurantes, y; se determinó que el 90% de los empleados de los restaurantes del cantón Tosagua si brindan una atención de calidad y calidez a sus clientes, lo que contribuye a que retornen frecuentemente. En esta investigación se formuló el siguiente problema científico: ¿Cómo lograr la correcta manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua para satisfacer la demanda de los consumidores?

La investigación tuvo como objeto de estudio: La manipulación de los alimentos y bebidas y como campo de acción: La demanda de los consumidores; se estableció como objetivo general, Elaborar una guía práctica sobre la correcta manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua para satisfacer la demanda de los consumidores, como hipótesis se planteó: Si se aplica una guía práctica sobre la correcta manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua se satisface entonces la demanda de los consumidores.

PALABRAS CLAVE: MANIPULACIÓN, ALIMENTOS, BEBIDAS, DEMANDA, CONSUMIDORES, RESTAURANTES.

ABSTRACT

The present work of titling, modality research project, is the fruit of a deep and exhaustive investigation, analysis, and application of a variety of theoretical and empirical methods, techniques and research instruments; thanks to which and after having done the respective tabulation results were obtained, among which are described the most relevant; 100% of the respondents affirm that good hygienic practices in the handling of food and beverages are fundamental to prevent and reduce contamination of the same; 87% of consumers if you feel satisfied by the service provided in restaurants, and; it was determined that 90% of the employees of the restaurants in the canton Tosagua provide quality and warmth to their customers, which helps them to return frequently. In this research the following scientific problem was formulated: How to achieve the correct manipulation of foods and beverages in the restaurants of the canton Tosagua to satisfy the demand of the consumers?

The research had as object of study: The manipulation of the foods and drinks and as field of action: The demand of the consumers; was established as a general objective, Elaborate a practical guide on the correct handling of food and beverages in restaurants in the canton Tosagua to meet consumer demand, as hypothesis was raised: If a practical guide is applied on the correct handling of food and drinks in the restaurants of the Tosagua canton is then satisfied the consumer demand.

KEYWORD: HANDLING, FOOD, DRINKS, DEMAND, CONSUMERS, RESTAURANTS.

TABLA DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	iii
APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	iv
DEDICATORIA.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO	vii
SÍNTESIS	viii
PALABRAS CLAVE	viii
ABSTRACT	ix
KEYWORD.....	ix
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	7
1. ESTADO DEL ARTE	7
1.1. MANIPULACIÓN DE LOS ALIMENTOS Y BEBIDAS	7
1.1.1. Seguridad alimentaria	7
1.1.2. Las Prácticas Alimentarias	9
1.1.3. El manipulador de alimentos	10
1.1.4. Higiene en la manipulación de los alimento.....	12
1.1.5. El manipulador y la higiene de los alimentos.....	12
1.1.6. Demanda de los consumidores	13
1.1.7. Requisitos de los manipuladores de alimentos	13
1.1.8. Obligaciones de bares, restaurantes y cafeterías	14
1.1.9. Funciones del prestador de servicio.....	17
1.1.10. La gestión en la manipulación de alimentos.....	18
1.2. DEMANDA DE LOS CONSUMIDORES	20

1.2.1. Tipos de demanda.....	20
1.2.2. Consumidor	21
1.2.3. Análisis de la estructura de la demanda de mercado	21
1.2.4. Análisis estructural de la demanda	23
1.2.5. Análisis de mercado.....	24
1.2.6. Ventas y consumidor	25
1.2.7. La Planificación.....	26
1.2.8. Importancia del servicio al cliente	27
1.2.9. Satisfacción del cliente	27
1.2.10. Actitud personal y empresarial.....	28
1.2.11. Objetivos para la buena atención al cliente	28
1.2.12. Características del servicio de calidad.....	29
1.2.13. Ventajas de atender mejor al cliente.....	30
1.2.14. El proceso de compra del consumidor.....	31
CAPÍTULO II.....	33
2. DIAGNÓSTICO O ESTUDIO DE CAMPO.....	33
2.1. ENCUESTA REALIZADA A LOS PROPIETARIOS Y ADMINISTRADORES DE LOS RESTAURANTES DEL CANTÓN TOSAGUA.....	35
2.2. ENCUESTA REALIZADA A LOS CONSUMIDORES O CLIENTES DE LOS RESTAURANTES DEL CANTÓN TOSAGUA.....	45
2.3. FICHA DE OBSERVACIÓN APLICADA A LOS EMPLEADOS DE LOS RESTAURANTES DEL CANTÓN TOSAGUA.....	55
2.4. ENTREVISTA REALIZADA A LA CHEF NACIONAL E INTERNACIONAL MARÍA FERNANDA BUZZETA.....	65
CAPÍTULO III	67
3. PROPUESTA	67
3.1. Título de la Propuesta:.....	67
3.2. Introducción.....	67

3.3. Justificación.....	69
3.4. Objetivos.....	71
3.4.1. Objetivo General.....	71
3.4.2. Objetivos Específicos:	71
3.5. Contenido Temático de la Propuesta:	72
3.6. Estructura de la guía metodológica	75
3.6.1. Métodos y Técnicas aplicar	75
3.6.1.1. Métodos:	75
3.6.1.1.1. Método Científico.....	75
3.6.1.1.2. Método Analítico.....	75
3.6.1.2. Técnicas:.....	75
3.2.1. Técnica de Exposición.....	75
3.2.2. Técnica de Debate.	75
3.7. Diseño organizativo de las actividades que validan la propuesta.....	76
3.8. Resultados esperados.....	77
3.9. CONCLUSIONES:.....	78
3.10. RECOMENDACIONES:	79
3.11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	80

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación, modalidad proyecto de investigación, aborda el tema titulado: “la manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua en la demanda de los consumidores”, mismo que surge luego de haber diagnosticado que la manipulación de alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua es muy deficiente, lo que hace que haya poca demanda y que los consumidores no se sientan satisfechos con el servicio brindado.

Los avances científicos y tecnológicos ocurridos en estos últimos años han cambiado radicalmente las prácticas de producción de alimentos. La agricultura dispone hoy de métodos y técnicas de cultivo que han hecho posible incrementos significativos en la producción de alimentos. (FISCHER, 2010)

Consecuentemente, también se han modificado las prácticas de obtención, preparación, elaboración y servido de alimentos. En este momento actual, no preocupa tanto la disponibilidad de los alimentos, sino más bien saber qué alimento se come, y cómo se elabora. Así, han cobrado particular relevancia las Buenas Prácticas de Higiene, Manipulación y Elaboración de Alimentos, a tal punto, que se consideran como los fundamentos de la concepción actual de la seguridad alimentaria. (SENDON, 2007)

Las Buenas Prácticas de Elaboración de Alimentos (BPE) se centralizan en las normas higiénicas y de manipulación de los alimentos destinados al consumo humano, y por lo tanto, constituyen una herramienta básica para la obtención de productos alimenticios seguros e inocuos. En el sector turístico, donde el servido, degustación y consumo de alimentos representan uno de los servicios más distintivos, se hace necesario el diseño, la redacción y la implementación de programas de actuación en conformidad con los principios generales de higiene de los alimentos, los códigos de prácticas recogidos en el Codex Alimentarius, y los requisitos apropiados en materia de inocuidad. (WELLINGTON, 2007)

También se hace necesario en cada instalación involucrada en la actividad turística el establecimiento, conducción y gestión de Programas de Prerrequisitos (PPR) donde se anoten las condiciones estructurales, organizacionales y procedurales que la misma debe cumplir en aras del aseguramiento de las Buenas Prácticas. El examen de todo lo

relacionado con las BPE en el sector turístico se justifica por la exigencia que tiene ante sí el desarrollo de esta actividad en el país de contar con políticas y programas de seguridad sanitaria en sus instalaciones que sean trazables hasta los estándares internacionales establecidos para, con ello, lograr el aseguramiento higiénico-epidemiológico en la atención al visitante, y así, la obtención de niveles satisfactorios de calidad e inocuidad en la elaboración, servido y consumo de alimentos. (PELL. R., 2008)

En un trabajo anterior se presentó un sistema para la evaluación de riesgos por consumo de alimentos en situaciones de incumplimiento de las Buenas Prácticas de Higiene y Manipulación de Alimentos. Aunque no existían datos suficientes para el desarrollo de un modelo matemático que sustentara el sistema, en el estudio citado se procedió a evaluar los riesgos a los que se expone el cliente en un centro elaborador de alimentos a partir de la identificación de los peligros que pueden existir de la presencia de gérmenes patógenos en las manos del manipulador, las superficies (medibles/no medibles) que contactan con los alimentos, y los alimentos que se ofrecen en el desayuno, como pueden ser el revoltillo servido con vegetales y el huevo frito. (SPOLSKY, 2010)

El servicio de alimentos y bebidas prestado a través de los restaurantes, es de especial importancia para el desarrollo de las actividad turísticas en el cantón Tosagua, este servicio se enfrenta cada día a un consumidor más exigente, hecho que obliga a ofrecer servicios de calidad y calidez, que respondan a las necesidades y exigencias de turistas nacionales y extranjeros, garantizando en primer instancia la calidad sanitaria el cuidado de los alimentos y bebidas que se expenden. Sin embargo, se ha determinado que en los restaurantes y locales de comida y bebidas del cantón Tosagua, carecen de una guía o manual de procedimientos prácticos, que permita que los prestadores de servicio manipulen adecuadamente los alimentos y bebidas. (QUIJANO, 2011)

La adecuada manipulación de los alimentos desde que se produce hasta que se consumen incide directamente en la demanda de los productos por parte de los consumidores, esto demuestra la relación existente entre una inadecuada manipulación de los alimentos y bebidas ocasionando que los consumidores no adquieran los productos que se ofertan en los restaurantes.

Para ampliar la demanda de los clientes, el personal manipulador que labora en los restaurantes debe adquirir conocimientos sobre la correcta manipulación de los mismos. También debe desarrollar actitudes de conducta personal que beneficien su trabajo como higiene propia y organización del trabajo.

Es por esta razón que este trabajo de investigación es de gran importancia ya que en él se demuestra como la adecuada manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes, mejora y aumenta la demanda de los consumidores y por ende las utilidades en los comercios dedicados al expendio de comidas y bebidas crecen significativamente.

Al respecto (GOODSTEIN & PFEIFFER., 2012), señala que: “Las necesidades son en sí mismas, tanto pasiva como deliberadamente el fruto del proceso mediante el cual vienen a ser satisfechas. Entonces la producción de bienes satisface las necesidades que crea el consumo de esos mismos bienes o que son elaboradas por los productores de los bienes. La producción crea mayores necesidades y la necesidad de una mayor producción (...) la producción crea las necesidades que procura satisfacer no de una forma pasiva, a través de la competencia, sino de una forma activa, mediante la publicidad y las demás actividades relacionadas con ésta”.

Según, (GILMORE, 2009), autor del libro “Principios de Economía”, define la demanda como: “La cantidad de un bien que los compradores quieren y pueden comprar”, en síntesis, una definición de demanda que se puede extraer de todos estos aportes o propuestas, y que en lo personal se sugiere, es la siguiente: “La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido”.

Por ellos, todas las personas involucradas en la manipulación de alimentos deben ser conscientes de que una intoxicación alimentaria, causada por un fallo en la cadena de manipulación de los alimentos, puede tener efectos muy graves sobre la salud, llegando incluso a causar la muerte en determinados casos.

En tal sentido se debe prestar una especial atención a los aspectos fundamentales relacionados con los alimentos, es decir, a la recepción, almacenaje y conservación de las materias primas, a la preparación culinaria de los alimentos, a la higiene del personal

que se encuentra en contacto con los alimentos y de cualquier instalación, material o utensilio que pueda entrar en contacto directo con éstos.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS., 2007) señala que: “la higiene alimentaria comprende todas las medidas necesarias para garantizar la inocuidad sanitaria de los alimentos, manteniendo a la vez el resto de cualidades propias, con especial atención al contenido nutricional”. Para esta organización la higiene alimentaria abarca las normas preventivas aplicables a cada uno de estos aspectos mencionados, cuyo fin es mejorar la calidad de la alimentación de la población.

Lo anteriormente expuesto, conduce a los autores de este trabajo de titulación a formular el siguiente **Problema científico de investigación**: ¿Cómo lograr la correcta manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua para satisfacer la demanda de los consumidores?

Se consideró como **Objeto de estudio**: La manipulación de los alimentos y bebidas; como **Campo de acción**: La demanda de los consumidores.

La **Hipótesis** fue planteada de la siguiente manera: Si se aplica una guía práctica sobre la correcta manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua se satisface entonces la demanda de los consumidores.

El **Objetivo General** de la investigación fue: Elaborar una guía práctica sobre la correcta manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua para satisfacer la demanda de los consumidores.

Para dar solución al problema diagnosticado a partir de la hipótesis se formularon las siguientes **Tareas Científicas** de investigación:

1: Analizar el estado del arte sobre las principales concepciones en relación a la manipulación de los alimentos y bebidas en la demanda de los consumidores.

2: Diagnosticar la situación actual de la manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua para analizar la demanda de los consumidores.

3: Diseñar una guía práctica para fomentar una nueva cultura de higiene, manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua.

Los métodos que se utilizaron para la realización de las tareas científicas de investigación fueron los siguientes:

a) Métodos teóricos: Los métodos teóricos que se aplicaron en el desarrollo de la investigación fueron los siguientes:

Análisis – síntesis. Se utilizó en la tarea científica # 1 para el respectivo Análisis del estado del arte sobre las principales concepciones en relación la manipulación de los alimentos y bebidas en la demanda de los consumidores.

Inducción – deducción. Se utilizó en la tarea científica # 2 para el respectivo Diagnóstico de la situación actual de la manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua para analizar la demanda de los consumidores.

Bibliográfico. Se utilizó en la tarea científica # 3 para respectivo Diseño de una guía práctica para fomentar una nueva cultura de higiene, manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua.

b) Métodos empíricos: Los métodos empíricos que se aplicaron en el desarrollo de la investigación fueron los siguientes:

Encuesta, se realizó a 23 propietarios y administradores de los restaurantes del cantón Tosagua, así mismo a 20 consumidores de los mismos, mediante preguntas escritas organizadas en un formulario que estuvo compuesto por diez preguntas referentes también a la manipulación de los alimentos y bebidas y a la demanda de los consumidores.

Observación científica, se aplicó de manera directa a 30 empleados que se dedican a la manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua, la cual estuvo estructurada de 10 indicadores donde se valoró cualitativamente aspectos referentes a la manipulación de los alimentos y bebidas y a la demanda de los consumidores.

Entrevista, se realizó a la Chef Nacional e Internacional María Fernanda Buzzeta, la misma que estuvo estructurada por diez preguntas interrogativas, referentes también a la manipulación de los alimentos y bebidas y a la demanda de los consumidores.

Se describe también la Población y Muestra de la investigación, misma que estuvo conformada por 71 personas, entre ellas; empleado de los restaurantes, consumidores y administradores. Cabe señalar que se tomó como muestra el total de la población, ya que esta era reducida, la cual se desglosa a así; 23 propietarios y administradores de restaurantes, 30 empleados, y 20 clientes o consumidores de alimentos y bebidas.

Este trabajo de titulación, modalidad proyecto de investigación queda estructurado en Introducción, desarrollo y cuerpo del documento constituido por (III capítulos), conclusiones, recomendaciones, bibliografía consultada y anexos.

El Capítulo I se dirige esencialmente al estado del arte sobre las principales concepciones críticas a lo que se ha hecho y lo que falta por hacer entorno a lograr la correcta manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua y a fomentar la demanda de los consumidores.

El Capítulo II se refiere específicamente a el diagnóstico o estudio de campo sobre cómo se desarrolló el proceso de aplicación de los métodos y técnicas en la investigación.

El Capítulo III se detalla una guía práctica cómo propuesta alternativa de solución al problema detectado, también constan las conclusiones, recomendaciones y las referencias bibliográficas de donde se obtuvo la información teórica y científica.

CAPÍTULO I

1. ESTADO DEL ARTE

1.1. MANIPULACIÓN DE LOS ALIMENTOS Y BEBIDAS

Según, (ÁLZATE, 2008) la manipulación de alimentos como: “la forma de operar con las manos o con cualquier instrumento los alimentos durante su preparación, fabricación, transformación, elaboración, envasado, almacenado, transportado, distribuido, vendido, subintrado o puesto al servicio de los consumidores”. De lo anterior se puede resaltar que la manipulación de los alimentos y bebidas no es otra cosa que manipular los mismos de forma directa con las manos, por ende, es de vital importancia que quienes manipulen los alimentos lo hagan mediante prácticas higiénicas que contribuyan al bienestar de la salud de los consumidores.

Para “Los manipuladores de alimentos son todas aquellas personas que, por su actividad laboral, tienen contacto directo o indirecto con los alimentos durante su preparación, fabricación, transformación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte, distribución, venta, suministro y servicio”. Además el mismo autor señala que “La adecuada manipulación de los alimentos, desde que se producen hasta que se consumen, incide directamente sobre la salud de la población”.

1.1.1. Seguridad alimentaria

Según (MSP, 2010) señala que: “La seguridad alimentaria es la garantía de las condiciones de acceso a los alimentos básicos, seguros y de calidad, en cantidad suficiente, de modo permanente y sin comprometer el acceso a otras necesidades esenciales”.

“Los alimentos pueden ser contaminados principalmente por microorganismos a través de manipuladores cuando existe una incorrecta higiene de las manos y ropas de los mismos pudiendo provenir del suelo, el agua, el polvo u otros ámbitos. Los microorganismos que pueden causar las enfermedades producidas por los alimentos son denominados patogénicos y pueden afectar tanto al hombre como a los animales”. (FIGUEIREDO, 2013)

“Los manipuladores de alimentos raramente poseen un conocimiento profundo sobre la importancia y las acciones efectivas respecto de la higiene de los alimentos. De esta forma, es imprescindible la realización de cursos prácticos y entrenamientos para subsanar esta situación”. (RIEDEL, 2015)

“La capacitación de los empleados para manipular los alimentos es de fundamental importancia. Todas las personas que trabajan como manipuladores deber estar informados y tener consciencia sobre su rol en la protección del alimento contra la contaminación y el deterioro, antes de iniciar sus actividades”. (SENAI, 2011)

Según, (GERMANO & GERMANO, 2013) señalan que “la mayoría de las personas involucradas en la manipulación de alimentos necesitan conocer las medidas básicas de higiene a ser empleadas en los productos alimenticios. Asimismo, desconocen la posibilidad de ser portadores asintomáticos de microorganismos, contribuyendo a la contaminación del alimento”.

“Evaluar el conocimiento sobre las buenas prácticas por parte de los manipuladores de alimentos en la red municipal de enseñanza û Botucatu (SP) constataron un elevado grado de falta de capacitación del profesional en actividad lo que refleja la necesidad urgente de brindar capacitación y realizar una supervisión periódica, a fin de lograr una distribución segura de los alimentos”. (MUNHOZ, PINTO, & BIONDI, 2008)

Según (Oliveira, Gonçalves, Shinohara, & Stamford, 2014) expresan que: “Los manipuladores de alimentos pueden ser responsables de la contaminación. Así, establecer procedimientos operativos estandarizados, realizar campañas educativas para los empleados y aumentar la capacitación técnica y profesional del propietario y los manipuladores de alimentos, contribuyen positivamente a mejorar la calidad de la seguridad alimentaria”.

De acuerdo con (RTPOP, 2012) “los manipuladores puedan realizar esos procedimientos de forma correcta y para que los visitantes puedan cumplir con los procesos descritos en los procedimientos operativos estandarizados establecidos por el área de alimentos y bebidas de cada hotel con la intención de minimizar los riesgos de contaminación alimentaria”.

Según (Gramulha, Battisti, Ost, Moura, & Alborgheti, 2010) señala que “las empresas productoras de alimentos y comidas se están preocupando por invertir en el perfeccionamiento de técnicas que promuevan el fortalecimiento de la producción de alimentos con calidad higiénica y sanitaria. El punto clave del entrenamiento es dar a los manipuladores los conocimientos necesarios para que desarrollen habilidades y actividades que los capaciten para el trabajo; siendo la principal meta de esos establecimientos la calidad del servicio ofrecido a sus clientes”.

Según (ARRUDA, 2009) indica que “la eficiencia en el control de la inocuidad de un alimento está fundamentada en la capacidad de controlar los factores de riesgo, que podrían ser de origen químico, físico y biológico; y que, contribuyen a la contaminación, supervivencia y multiplicación de microorganismos que pueden causar diversas enfermedades”.

Según (ANVISA, 2010) señala que: “Las Buenas Prácticas de Fabricación (BPF) se configuran como los prerrequisitos fundamentales para implementar el sistema de Gestión de Calidad Total o Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (APPCC). Los mismos son considerados como parte integrante de las medidas de seguridad alimentaria y punto referencial para la creación de normas regulatorias (legislación) para la producción de alimentos; y tienen como objetivo principal garantizar la calidad sanitaria evitando afectar la salud humana. Así, los sectores de Alimentos y Bebidas, en general, deben observar la ejecución de esas normas para que la Gestión de Calidad sea implementada en los establecimientos”.

1.1.2. Las Prácticas Alimentarias

Para que las Buenas Prácticas de Fabricación puedan ser adoptadas por el establecimiento es importante que haya un cambio en la rutina de las acciones de los manipuladores. Dichos cambios deben realizarse de manera discreta para no generar impactos negativos. Es de suma importancia la aplicación de las normas considerando los siguientes pasos:

- 1) Presentar las ventajas de la implementación de las Buenas Prácticas de Fabricación a los empleados;

- 2) Ofrecer entrenamiento y capacitación a los manipuladores haciendo que los mismos se comprometan con sus acciones;
- 3) Respetar los límites de capacidad de los fabricantes o empresas que adopten esas medidas;
- 4) Organizar y planear la producción diariamente, evitando improvisaciones y violación de las normas de las Buenas Prácticas de Fabricación;
- 5) Establecer líderes para que realicen las evaluaciones periódicas acompañando la evolución de la aplicación de las normas en los procesos de fabricación;
- 6) Buscar formas creativas y económicas para facilitar el desempeño del trabajo dentro de las condiciones mínimas exigidas por las BPF's en el lugar de trabajo, los equipamientos, los procesos, los procedimientos, el almacenaje y la limpieza manual, describiéndolos con claridad para que sean entendidos por todos;
- 7) Hacer auditorías periódicas internas y externas, para evaluar los cumplimientos de las instrucciones de las BPF y su evolución en la empresa, las sugerencias y su validez técnica científica, el costo de implementación de las modificaciones y el impacto en los negocios.

1.1.3. El manipulador de alimentos

Según la (RDC, 2010) señala que: “el manipulador de alimentos es un agente de gran importancia en la calidad del alimento pues una manipulación incorrecta puede crear problemas para la salud del consumidor. Es considerado manipulador todo aquel que entra en contacto directo o indirecto con el alimento, desde que es transportado hasta cuando es servido al consumidor. El alimento se enfrenta a constantes riesgos de contaminación y generalmente éstos se asocian a una higiene incorrecta del manipulador”.

Según la (Resolución RDC 275 del 21 de Octubre de 2012), señala que “el manipulador de alimentos es un agente de gran importancia en la calidad del alimento pues una manipulación incorrecta puede crear problemas para la salud del consumidor. Es considerado manipulador todo aquel que entra en contacto directo o indirecto con el alimento, desde que es transportado hasta cuando es servido al consumidor. El alimento

se enfrenta a constantes riesgos de contaminación y generalmente éstos se asocian a una higiene incorrecta del manipulador”.

Según (GERMANO & GERMANO, 2013) señalan que la mayoría de las personas involucradas en la manipulación de alimentos necesitan conocer las medidas básicas de higiene a ser empleadas en los productos alimenticios. Asimismo, desconocen la posibilidad de ser portadores asintomáticos de microorganismos, contribuyendo a la contaminación del alimento.

Según (MUÑOZ & PINTO, 2009) “al evaluar el conocimiento sobre las buenas prácticas por parte de los manipuladores de alimentos en la red municipal de enseñanza û Botucatu (SP) constataron un elevado grado de falta de capacitación del profesional en actividad lo que refleja la necesidad urgente de brindar capacitación y realizar una supervisión periódica, a fin de lograr una distribución segura de los alimentos”.

“Los manipuladores de alimentos pueden ser responsables de la contaminación. Así, establecer procedimientos operativos estandarizados, realizar campañas educativas para los empleados y aumentar la capacitación técnica y profesional del propietario y los manipuladores de alimentos, contribuyen positivamente a mejorar la calidad de la seguridad alimentaria”. (OLIVEIRA & GONZALES, 2014)

Según (GRAMULHA & BATTISTI, 2009) señala que “las empresas productoras de alimentos y comidas se están preocupando por invertir en el perfeccionamiento de técnicas que promuevan el fortalecimiento de la producción de alimentos con calidad higiénica y sanitaria. El punto clave del entrenamiento es dar a los manipuladores los conocimientos necesarios para que desarrollen habilidades y actividades que los capaciten para el trabajo; siendo la principal meta de esos establecimientos la calidad del servicio ofrecido a sus clientes”.

Según (ARRUDA, 2009), afirma que “la eficiencia en el control de la inocuidad de un alimento está fundamentada en la capacidad de controlar los factores de riesgo, que podrían ser de origen químico, físico y biológico; y que, contribuyen a la contaminación, supervivencia y multiplicación de microorganismos que pueden causar diversas enfermedades”.

1.1.4. Higiene en la manipulación de los alimento

Para (SENDON, 2008) dice que: “la higiene en la manipulación de los alimento, son todos aquellos medios necesarios para garantizar la adecuada salubridad de los alimentos y bebidas en todas las fases, desde su cultivo, producción, manufactura, preparación y hasta cuando se sirve a las personas, manteniendo a la vez el resto de cualidades que le son propias, con atención especial en el contenido nutricional”.

Según, (TABLADO, 2008) Dice que: “Alimentarse es una necesidad básica y cotidiana para las personas, es necesario estar alerta porque los alimentos se contaminan con innumerables bacterias, algunas inofensivas pero otras peligrosas y hasta letales. Sepa por qué es fundamental la correcta higiene en la manipulación de alimentos para prevenir los riesgos de contagio de enfermedades peligrosas”.

“Para evaluar las condiciones higiénicas y sanitarias se deben adoptar los conceptos de las Buenas Prácticas de Fabricación cuyo objetivo es garantizar la seguridad en el procesamiento de los alimentos ofreciendo una mayor seguridad a los consumidores. Por lo tanto, alimentarse bien no es sólo consumir una comida sabrosa, sino también una comida segura desde el punto de vista higiénico”. (SILVA JÚNIOR, 2012)

1.1.5. El manipulador y la higiene de los alimentos

Según, (ARMENDARIZ, 2008) señala que: “El manipulador de alimentos deberá estar capacitado para su labor, acreditado a través de un certificado o comprobante que lo habilite para sus tareas, porque la elaboración de alimentos y comidas en forma masiva requiere medidas de prevención sanitaria y hábitos seguros de manipulación”.

En materia de seguridad e higiene de los alimentos, se considera manipulación de alimentos cualquier actividad empresarial en la que personas intervengan en aspectos como la preparación, fabricación, transformación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte, distribución, manipulación, venta, suministro o servicio de productos alimenticios destinados al consumidor. (ARMENDÁRIZ, 2008)

A las personas que realizan las anteriores actividades se les conoce como manipuladores de alimentos y tienen una serie de obligaciones (de higiene) junto con los empresarios que los contratan (deber de formación).

La normativa define a los manipuladores de alimentos como todas “aquellas personas que, por su actividad laboral, tengan contacto directo con los alimentos durante su preparación, fabricación, transformación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte, distribución, venta, suministro y servicio”. (ALET, 2010)

Se la define como: “Las personas manipuladoras de alimentos son todas aquellas que, por su actividad laboral, tienen contacto directo e indirecto con los alimentos durante su preparación, fabricación, transformación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte, distribución, venta, suministro y servicio. La adecuada manipulación de los alimentos, desde que se producen hasta que se consumen, incide directamente sobre la salud de la población”. (ALZAA, 2010)

1.1.6. Demanda de los consumidores

Según, (GONZÁLEZ, 2009) señala que: “existen varios criterios al momento de definir la demanda de los consumidores, según los expertos en mercadotecnia y economía la demanda es un factor preponderante en la vida de las empresas”, así para Kotler, autor del libro “Dirección de Marketing” (2008, Pág. 54), señala que: “la demanda es el deseo que se tiene de un determinado producto que está respaldado por una capacidad de pago”.

Al respecto (HALL, 2010), autor del libro “Mercadotecnia”, sostiene que: “la demanda se refiere a las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar los posibles precios del mercado”.

1.1.7. Requisitos de los manipuladores de alimentos

El artículo 3.1 del Real Decreto 202/2010, de 11 de febrero establece que los manipuladores de alimentos deberán:

- a) Recibir formación en higiene alimentaria, según lo previsto en el artículo 4
- b) Cumplir las normas de higiene en cuanto a actitudes, hábitos y comportamiento.
- c) Conocer y cumplir las instrucciones de trabajo establecidas por la empresa para garantizar la seguridad y salubridad de los alimentos.

d) Mantener un grado elevado de aseo personal, llevar una vestimenta limpia y de uso exclusivo y utilizar, cuando proceda, ropa protectora cubrecabezas y calzado adecuado.

e) Cubrirse los cortes y las heridas con vendajes impermeables apropiados.

f) Lavarse las manos con agua caliente y jabón o desinfectante adecuado, tantas veces como lo requieran las condiciones de trabajo y siempre antes de incorporarse a su puesto, después de una ausencia o de haber realizado actividades ajenas a su cometido específico.

Igualmente, también establece que: durante el ejercicio de la actividad, los manipuladores no podrán:

a) Fumar, masticar goma de mascar, comer en el puesto de trabajo, estornudar o toser sobre los alimentos ni realizar cualquier otra actividad que pueda ser causa de contaminación de los alimentos.

b) Llevar puestos efectos personales que puedan entrar en contacto directo con los alimentos, como anillos, pulseras, relojes u otros objetos.

1.1.8. Obligaciones de bares, restaurantes y cafeterías

Para (ARMSTRONG, 2010) Los bares, restaurantes y cafeterías (y demás establecimientos turísticos de restauración) son espacios donde, con carácter principal o complementario, se ofrecen comidas y bebidas, mediante precio, para que sean consumidas.

La normativa prevé una serie de obligaciones en materia de turismo para los establecimientos dedicados a la restauración:

a) Obligaciones genéricas

- Estar inscritos en el Registro General de Empresas y Entidades Turísticas y destinar sus instalaciones a la prestación de los servicios en los términos de su inscripción,
- Anunciar o informar a los usuarios, previamente, sobre las condiciones de prestación de los servicios y de su precio,

- Facilitar los bienes y servicios con la máxima calidad en los términos contratados, de acuerdo con la categoría del establecimiento, en su caso, y con lo dispuesto en las reglamentaciones correspondientes,
- Mostrar la lista de precios en un lugar visible, indicando si existe diferencia en función de si el consumo se realiza en la mesa o en la barra,
- Facturar los servicios de acuerdo con los precios establecidos,
- Cuidar del buen funcionamiento y mantenimiento de todas las instalaciones y servicios del establecimiento,
- Proteger los alimentos expuestos sobre la barra o mostrador en vitrinas o armarios refrigerados,
- Mantener la vajilla y los cubiertos en un estado óptimo de higiene,
- Garantizar la salud y seguridad de las personas y la seguridad de los bienes en las instalaciones y servicios turísticos.
- Separar los alimentos cocinados de aquellos que estén todavía crudos,
- Cuidar del buen trato a los clientes, por parte del personal de la empresa,
- Facilitar al cliente, cuando lo solicite, las hojas de reclamaciones,
- Facilitar a la administración la información y documentación preceptiva para el correcto ejercicio de las atribuciones que legal y reglamentariamente le correspondan,
- Disponer de las autorizaciones que sean preceptivas para el desempeño de la actividad.

b) La higiene personal. Todo manipulador de alimentos debe destacar por su alto grado de higiene personal. He aquí unas pautas:

- Antes de salir de casa: Ducharse diariamente, lavarse los dientes, utilizar ropa limpia, llevar las uñas cortas y limpias y no llevarlas pintadas ya que el esmalte se puede transferir a los alimentos. No utilizar colonias ni lociones de afeitado porque los alimentos pueden coger fácilmente sus olores
- Al llegar al lugar de trabajo: Ponerse el uniforme de trabajo, cambiarse el calzado, quitarse todas las joyas y adornos, recogerse el pelo en una cofia o gorro, lavarse las manos.

c) Lavado de manos. El lavado de manos tiene como objetivo eliminar las suciedades y la flora transitoria que se deposita sobre ellas. Pasos:

- Mojarse las manos
- Aplicarse un agente de limpieza simple (jabón)
- Cepillarse las uñas (siempre si es necesario y se efectuará de una manera firme pero con un cepillo suave)
- Masaje de manos y antebrazos
- Enjuagado
- Secado con un papel de un solo uso
- Una vez terminado el lavado, el grifo de agua no debe tocarse con las manos que ya están limpias.
- El uso de guantes no exenta al trabajador que los utiliza del lavado de manos.

d) Las manos se lavarán

- Cada vez que se cambie de actividad durante el trabajo
- Después de usar el baño
- Entre la manipulación de alimentos crudos y cocinados
- Después de peinarse
- Después de comer, fumar o sonarse la nariz
- Después de manipular alimentos desechados, desperdicios o basuras
- Cada vez que sea evidente

f) Hábitos higiénicos

Hábitos prohibidos durante el trabajo:

- Fumar
- Comer
- Masticar chicle, caramelos...

- Secarse el sudor con la mano
- Toser o estornudar sobre los alimentos
- Hablar directamente sobre los alimentos
- Peinarse o rascarse
- Manipular dinero

g) Salud.

Al responsable del establecimiento se debe comunicar:

- Si tenemos alguna lesión o herida en las manos
- Si tenemos diarrea, náuseas, vómitos y fiebre
- Si tenemos secreciones anormales por la nariz, las orejas o los ojos

1.1.9. Funciones del prestador de servicio

De acuerdo a la Ley Federal de Protección del Consumidor, en su Artículo 5 (RLFPC) señala que: “Los y las prestadores de servicio deben informar los precios, tarifas, garantías, cantidades, calidades, medidas, intereses, cargos, términos, plazos, fechas, modalidades, reservaciones y demás condiciones conforme a las cuales se hubiera ofrecido, obligado o convenido con el consumidor la entrega del bien o prestación del servicio”. Por lo anteriormente indicado, los prestadores de servicios:

- Deberán exhibirse precios y tarifas en moneda nacional, sin menoscabo de exhibirse en otro tipo de moneda en cuyo caso debe informar el tipo de cambio vigente.
- Informar importes o cargos adicionales aplicables por concepto de ingredientes adicionales o distintos a los originalmente ofrecidos dentro del platillo, cubierto, órdenes extras, ampliación de menú, servicio a domicilio u otro adicional que se aplique, al precio exhibido para el alimento o bebida de que se trate.
- Informar las formas de pago aceptadas o no aceptadas (efectivo, crédito, débito, cheque u otras), en su caso, indicar que tipo de tarjetas no son aceptadas.
- Informar el gramaje de los alimentos (aplicable a cortes de carne), indicando que se trata de peso promedio antes de cocción.

- Informar el contenido neto de las bebidas alcohólicas que se ofrecen por botella cerrada, así como el número de mezcladores (refrescos, jugos, entre otros) con los que se acompaña las bebidas por botella; para el caso de bebidas alcohólicas servidas mediante copeo no es obligatorio exhibir los mililitros.
- Informar el tamaño de las bebidas (refrescos, jugos cocteles u otros) servidas por vaso, refil o en jarras, los mililitros aproximados en su caso, sin perjuicio de que pueda expresarse además en otro sistema de medida, precisando si se trata de tamaño chico, mediano y grande.
- Informar de manera clara sobre alimentos que se vendan por pieza o porción y en función de ello corresponda su precio.
- Informar de manera clara y visible los términos, condiciones o reglas que se apliquen en el servicio que ofrece el establecimiento, por ejemplo, en el servicio de bufet no hay comida para llevar, o las porciones servidas y no consumidas tendrán un cargo adicional o, alimentos gratis en el consumo de dos o más bebidas, entre otras.

1.1.10. La gestión en la manipulación de alimentos

De acuerdo con (CARITZER, 2013) “La gestión del proceso de fabricación y manipulación de alimentos es esencial para asegurar la calidad y seguridad alimentaria. El manipulador de alimentos se considera la piedra angular de la calidad de los productos que ofrece un establecimiento. Este estudio analizó la importancia de la preparación de comida en el proceso de fabricación y manipulación de alimentos”.

“La gestión de la calidad en el sector hotelero y turístico tiene como principal punto la higiene de los alimentos lo que también revela la preocupación por el tipo de alimentos que se ingieren y en qué condiciones esos alimentos se encuentran, evaluando los posibles efectos sobre la salud, por ende la buena gestión y manipulación en los mismos determina la calidad del servicio de alimentos y bebidas en los restaurantes hoteleros”. (CÁCELA, 2008).

Según, (MENEZES., BALDUINO, BALDUINO, & VASCONCELOS, 2009) explica que “la gastronomía es un elemento esencial del turismo y resulta imposible pensar en turismo sin asociarlo a la gastronomía pues, independientemente del motivo o de la duración del viaje, la alimentación es parte integrante y fundamental. Se debe también

resaltar la gran importancia de la gastronomía dentro del turismo como producto o atractivo de una localidad”.

Según, (CASTELLI, 2010) señala que “los hoteles, emprendimientos del segmento de turismo, invierten cada vez más en sus departamentos de Alimentos y Bebidas teniendo en cuenta la importancia del sector. Bajo esta perspectiva, el mismo autor enfatiza que los eventos gastronómicos en el sector de A y B del hotel son un factor fundamental para la captación de ingresos y, por este motivo, deben ofrecer productos y servicios de calidad.

Según (MENEZES, 2009) indica que “la cocina de un restaurante, independientemente de su categoría, es el lugar donde se concentra la satisfacción de las expectativas del cliente. Así, ésta es extremadamente importante ya que se trata del lugar donde se prepara la comida. Por lo tanto, una planificación adecuada y la calificación profesional de los empleados constituyen un atributo incuestionable en la búsqueda de calidad”.

Para (CAMPOS, 2009) “Un producto o servicio de calidad es aquel que atiende correctamente de forma confiable, accesible, segura y a tiempo las necesidades del cliente. En ese sentido, cuando se hace referencia a los alimentos la gestión del proceso de fabricación y manipulación es primordial para garantizar la calidad y seguridad alimentaria”.

De acuerdo con (CROSBY, 2013) “la calidad debe coincidir con los requisitos. En este caso, el referido autor menciona que los requisitos son los cuestionamientos hechos por los clientes/ consumidores y corresponde a la gerencia realizar las tres tareas básicas para obtener calidad”, entre las que destaca:

- a. Establecer los requisitos que los empleados deben cumplir;
- b. Proveer el material que necesitan para dichos requisitos. En el caso de la calidad en servicios sería la capacitación, o sea, invertir en calificación profesional;
- c. Continuar el incentivo y la ayuda a los empleados, para que éstos continúen cumpliendo los requisitos.

1.2. DEMANDA DE LOS CONSUMIDORES

“La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado”. (ANDERSON, 2012)

Además, existe una demanda que siempre es exógena en los modelos ya que no está determinada por ninguna circunstancia estudiada (endógena) en el modelo, tal es el caso de productos que son consumidos indiferentemente a ciertos factores económicos como lo son las vacunas que necesariamente tienen que comprar los Estados por determinadas leyes o condiciones sociales.

“La demanda puede ser expresada gráficamente por medio de la curva de la demanda. La pendiente de la curva determina cómo aumenta o disminuye la demanda ante una disminución o un aumento del precio. Este concepto se denomina la elasticidad de la curva de demanda”. (ETZEL, 2010)

1.2.1. Tipos de demanda

“Demanda Independiente Se entiende por demanda independiente aquella que se genera a partir de decisiones ajenas a la empresa, por ejemplo la demanda de productos terminados acostumbra a ser extrema la empresa en el sentido en que las decisiones de los clientes no son controlables por la empresa (aunque sí pueden ser influidas). También se clasificaría como demanda independiente la correspondiente a piezas de recambio”. (JOHNSON, 2009)

Para (GARCÍA, 2012) Demanda Dependiente es la que se genera a partir de decisiones tomadas por la propia empresa, (“Master Production Schedule”), la demanda de carburadores, volantes, ruedas es una demanda dependiente de la decisión tomada por la propia empresa de fabricar 120 coches. El término “demandante”, aplicado a la economía, hace referencia al consumidor, a la persona que demanda bienes o servicios en un mercado.

Ley de la Demanda: Relación negativa entre el precio y la magnitud de la demanda: La relación entre la cantidad demandada y el precio es inversa, esto se refleja en la pendiente negativa de la Curva de demanda, es decir: a mayor precio ceteris paribus

(permaneciendo constante todo lo demás), menor cantidad demandada y a menor precio mayor cantidad demandada. Esto se conoce con el nombre de Ley de la Demanda de Pendiente Negativa. Hay que tener en cuenta que la variable independiente es siempre el precio. El término "demandante", aplicado a la economía, hace referencia al consumidor, a la persona que demanda bienes o servicios en un mercado.

1.2.2. Consumidor

Según, (MUÑÍZ, 2012) en economía, un consumidor, se lo define como: “una persona u organización que demanda bienes o servicios proporcionados por el productor o el proveedor de bienes o servicios. Es decir, es un agente económico con una serie de necesidades”. A esto se lo llama Derecho del consumo. También se define como aquél que consume o compra productos para el consumo. Es por tanto el actor final de diversas transacciones productivas.

1.2.3. Análisis de la estructura de la demanda de mercado

Para (BOYD, 2010) En forma general expresa que el “MERCADO es cualquier persona o grupo con los que un individuo u organización tenga o pueda tener una relación de intercambio”, (Fuente: Jany F, Investigación Integral de Mercados, Mc Graw –Hill, Bogotá), en forma particular, tenemos varias definiciones para mercado: “Lugar o área geográfica en que se encuentran y operan los compradores y vendedores, aquí se ofrecen a la venta mercancías o servicios y se transfieren los mismos”.

Según, (CARRIZALES, 2011) señala que: “La producción crea mayores necesidades y la necesidad de una mayor producción (...) la producción crea las necesidades que procura satisfacer no de una forma pasiva, a través de la competencia, sino de una forma activa, mediante la publicidad y las demás actividades relacionadas con ésta”.

No es el producto en sí el que genera la satisfacción, sino las características intrínsecas del mismo, y una combinación de distintos bienes puede tener características diferentes que los bienes considerados por separado. (LANCASTER, 2011)

A partir de los trabajos incorpora a la teoría del comportamiento del consumidor planteamientos psicosociológicos realizando dos importantes aportaciones: la introducción del factor tiempo y la influencia de la unidad familiar.

Por lo que se refiere al variable tiempo, (BECKER, 2015) considera que la producción de los “activos”, elementos generadores de la utilidad para el individuo, requiere la combinación de bienes adquiridos en el mercado y una determinada cantidad de tiempo. Así, junto a la restricción presupuestaria de la teoría clásica, introduce una restricción temporal derivada del carácter finito del tiempo disponible por el individuo para el consumo y utilización de los productos adquiridos en el mercado.

Así mismo, se incorpora la teoría sobre el comportamiento del consumidor la influencia de la familia que pasa a ser, en sustitución del individuo, la unidad de decisión. Para Becker el grupo familiar se comporta como una fábrica en pequeña escala en la que se trata de asignar el tiempo de sus diferentes miembros y el capital básico vivienda, electrodomésticos, automóviles y las materias primas alimentación, vestido para obtener la mayor cantidad de activos buena comida, niños sanos, ocio o relaciones sociales, entre otros. (DESATRICK, 2009)

Por otra parte, (CARRASCO, 2007) argumenta que a las personas les gusta diferenciarse, esto es posible con la aparición de las nuevas tecnologías. Las personas cada vez están menos dispuestas a consumir productos estándares en este siglo, en realidad, se está pasando de un consumo en masa a un consumo diversificado.

Esto supone la aparición de la planificación de la obsolescencia del consumo, donde los productos no quedan obsoletos porque pierdan su valor funcional, sino porque dejan de ser atractivos.

En cuanto al entorno económico, la evolución de variables como la renta disponible, los tipos de interés, la tasa de desempleo o el ahorro de las familias condicionarán en gran medida las posibilidades de consumo.

La elección de alimentos es de todas las actividades humanas, aquella que cabalga de manera más desconcertante sobre el límite entre la naturaleza y la cultura (DOUGLAS, 2009) “La elección del alimento está unida a la satisfacción de necesidades del ser humano, asimismo, por ser una actividad humana, es expresión incuestionable del orden cultural y social”.

En la sociedad de consumo (CORTINA, 2008), expresa que: “el consumo es el factor que otorga dinamismo a la sociedad. El consumo se convierte, pues, en la base de la

autoestima y de la estima social, en el camino más seguro para la felicidad personal, para adquirir un estatus social y para el éxito de la comunidad política”.

Para, (CORTINA, 2009) en las formas de consumo se muestra también que valores orientan la vida, qué creencias conforman el humus moral de una sociedad su éthos, su carácter. Porque también las sociedades, como las personas tienen un carácter, que influye en las elecciones personales, hasta niveles insospechados. En la creencia social de que la acumulación de bienes del mercado es síntoma de éxito personal y promesa de felicidad reside la clave de las sociedades consumistas.

Según, (CHIAVENATO, 2009) autor del libro “Mercadotecnia”, la demanda se refiere a “las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar los posibles precios del mercado”. El Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., define la demanda como “El valor global que expresa la intención de compra de una colectividad, la curva de demanda indica las cantidades de un cierto producto que los individuos o la sociedad están dispuestos a comprar en función de su precio y sus rentas.

Para (ANDRADE, S., 2010) autor del libro “Diccionario de Economía”, proporciona la siguiente definición de demanda: “Es la cantidad de bienes o servicios que o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca”.

Gregory Mankiw, autor del libro “Principios de Economía”, define la demanda como “La cantidad de un bien que los compradores quieren y pueden comprar”, en síntesis, una definición de demanda que se puede extraer de todos estos aportes o propuestas, y que en lo personal sugiero, es la siguiente:

“La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido”.

1.2.4. Análisis estructural de la demanda

Tomando en cuenta las anteriores definiciones, se puede apreciar que la demanda revela un conjunto de partes que conforman la misma, esas partes son entre otras, la

cantidad de bienes o servicios que se refiere a un cierto número de unidades que los compradores estarían dispuestos a comprar o que ya han sido adquiridas, compradores o consumidores, son las personas, empresas u organizaciones que adquieren determinados productos para satisfacer sus necesidades o deseos. (JOHNSON, 2009)

1.2.5. Análisis de mercado

a) El sector.- Es fundamental analizar las tendencias del sector donde se desenvuelve la empresa, porque permite reflejar el comportamiento del mercado y evaluar las principales variables “generales”, que pueden incidir en forma negativa o positiva, esto permite visualizar lo “atractivo” o no de un sector, las fuentes más comunes de información sobre el particular, están en los periódicos especializados, Cámaras de Comercio e Industria, Oficinas Gubernamentales, Bancos, Universidades, Consultores especializados, Internet, programas de radio y TV, etc. Los aspectos más importantes a tener en cuenta cuando se analiza un sector, entre otros son:

b) Los consumidores.- La cuestión fundamental para hacer posible un negocio son los consumidores, muchos empresarios insisten en que la experiencia puede ser aplicable a cualquier situación y no se dan cuenta que su empresa no está sufriendo una recesión pasajera sino que puede estar quedando fuera del mercado, nos guste o no el mercado está experimentando modificaciones dramáticas.

c) El cliente.- El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes, ellos son los protagonistas principales y el factor más importante que interviene en el juego de los negocios, si la empresa no satisface las necesidades y deseos de sus clientes tendrá una existencia muy corta, todos los esfuerzos deben estar orientados hacia el cliente, porque él, es el verdadero impulsor de todas las actividades de la empresa, de nada sirve que el producto o el servicio sea de buena calidad, a precio competitivo o esté bien presentado, si no existen compradores.

d) Tipos de clientes.- Para tener un panorama más claro, se puede diferenciar a los clientes de acuerdo con la forma en que intervienen en el proceso de compra, se pueden diferenciar 5 categorías de clientes:

- Iniciadores.
- Influenciadores.

- Decidores.
- Compradores.
- Usuarios.

Hay distintas maneras de acercarse al cliente para conocerlo, las cuáles se describen a continuación:

- Encuestas periódicas.
- Investigación de mercado.
- Conversar con los empleados que están en contacto con el cliente.
- Atender personalmente los reclamos y las quejas.
- Conocer a fondo al cliente implica dedicación, tiempo y trabajar con el personal en estrategias y soluciones, tratando de anticiparse a los problemas, escuchar a los clientes tiene que llegar a ser la meta de todos, con una competencia que avanza cada vez con mayor rapidez, el éxito será para aquellos que escuchen (y respondan) más resueltamente. (PÉREZ, 2010)

Las expectativas del cliente cambian de un día para otro, mucho más rápidamente que los productos, la lealtad de los clientes es algo difícil de obtener y se desvanece fácilmente, vale la pena escuchar sus opiniones, al menos si quiere verlos nuevamente.

1.2.6. Ventas y consumidor

Según, (HELLER, 2009) explica que: “Es una orientación administrativa que supone que los consumidores no comprarán normalmente lo suficiente de los productos de la compañía a menos que se llegue hasta ellos y mediante un trabajo sustancial de promoción de ventas”.

La tarea principal de una compañía es obtener suficientes ventas para sus productos, los consumidores normalmente no comprarán lo suficiente, los consumidores pueden ser inducidos a comprar mediante diversos artificios que estimulen las ventas, los clientes probablemente vuelvan a comprar y, aun en el caso de que no lo hagan existen muchos otros consumidores.

El concepto de ventas se inicia a partir de los productos ya existentes en la empresa, y su función está relacionada con la venta y la promoción con el fin de estimular un volumen productivo de ventas, en cambio la mercadotecnia empieza con las

necesidades de los clientes reales y potenciales de la empresa, realiza un plan coordinado de productos y programas para satisfacer tales necesidades, y sus utilidades se derivan de la satisfacción del cliente.

Por eso la mercadotecnia tiene la tarea de regular la demanda de productos para que en esta forma pueda la empresa alcanzar sus objetivos, de la demanda depende el plan mercadológico que se debe realizar.

Si existe una demanda negativa, es decir, si la gente tiene opiniones en contra del producto y de sus beneficios, hay que utilizar una mercadotecnia de conversión que trate de cambiar la imagen negativa del producto para hacerla positiva.

Cuando no existe ninguna demanda, cuando el consumidor no requiere algunos productos (por ejemplo, yogurt, cigarrillos, productos naturistas) o sea que la mayoría de los productos existentes en el mercado no tienen ninguna demanda, la tarea de mercadotecnia es estimularla creando en el consumidor un deseo de producto.

1.2.7. La Planificación

“Es el proceso de establecer objetivos y escoger el medio más apropiado para el logro de los mismos antes de emprender la acción”, (GOODSTEIN, 2010). “Consiste en decidir con anticipación lo que hay que hacer, quién tiene que hacerlo, y cómo deberá hacerse, se erige como puente entre el punto en que nos encontramos y aquel donde queremos ir”. (MURDICK, 2011) “Es el proceso de seleccionar información y hacer suposiciones respecto al futuro para formular las actividades necesarias para realizar los objetivos organizacionales”. (TERRY, 2007)

En todas las definiciones anteriores es posible hallar algunos elementos comunes importantes, el establecimiento de objetivos o metas, y la elección de los medios más convenientes para alcanzarlos (planes y programas).

Para, (HOROVITZ, 2007), sobre el Servicio al Cliente dice: “Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador, con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo”.

Según, (GOMEZ, 2013) define al servicio de la siguiente manera: “Un servicio es el acto o el conjunto de actos, mediante los cuales se logra que un producto o grupo de productos satisfaga las necesidades y deseos del cliente”.

Al abordar el servicio al cliente hay que conceptualizar adecuadamente dos aspectos interrelacionados del mismo:

1. Demanda de servicio. Son las características deseadas por el cliente para el servicio que demanda y la disposición y posibilidad del mismo para pagarlo con tales características.

2. Meta de servicio. Son los valores y características relevantes, fijadas como objetivo para el conjunto de parámetros, que caracterizan el servicio que el proveedor oferta a sus clientes. Esta meta puede ser fijada como única para todos los clientes, diferenciada por tipo de cliente o acordada cliente a cliente.

1.2.8. Importancia del servicio al cliente

Según, (PELL., 2011) sobre el Servicio al Cliente manifiesta lo siguiente: “Un buen servicio al cliente es un elemento promocional para las ventas tan poderosas como los descuentos, la publicidad o la venta personal”.

Cabe considerar que atraer un nuevo cliente es aproximadamente seis veces más caro que mantener uno.

Se han observado que los clientes son sensibles al servicio que reciben de sus suministradores, ya que significa que el cliente obtendrá a las finales menores costos de inventario.

1.2.9. Satisfacción del cliente

Según la Norma ISO 9001 Sistemas de Gestión de Calidad en su literal 8.2.1 sobre la satisfacción del cliente menciona que: “como una de las medidas del desempeño del sistema de gestión de la calidad, la organización debe realizar el seguimiento de la información relativa a la percepción del cliente con respecto al cumplimiento de sus requisitos por parte de la organización”. Deben determinarse los métodos para obtener y utilizar dicha información.

Según, (AREVALO, 2010) acerca del personal de servicios dice: “El personal de servicio incluye a aquellos miembros de la organización que están en contacto con el cliente (personal de contacto), y a aquellos miembros que no están en contacto con los clientes”.

1.2.10. Actitud personal y empresarial

Según, (RODRÍGUEZ, 2010) acerca de la actitud manifiesta: “La actitud es la disposición de ánimo que se manifiesta frente a la gente, a las situaciones, a los problemas”. El secreto en la vida, radica en los hábitos que se tengan, así como el cuerpo necesita el alimento diario para vivir, la mente también necesita de la motivación diaria para crecer, si la gente piensa en algo positivo y lo siente verdaderamente, su comportamiento será directamente proporcional a ello.

1.2.11. Objetivos para la buena atención al cliente

Según (ÁLVAREZ, 2012) para la buena atención al cliente se enlistan una serie de objetivos o metas alcanzar, los mismos que se indican a continuación:

- Cumplir las expectativas del cliente y despertar en él nuevas necesidades.
- Reducir o eliminar al máximo los defectos que se producen a lo largo del proceso productivo.
- Dar respuesta inmediata a las solicitudes de los clientes.
- Disfrutar de una categoría empresarial que aspira siempre a la excelencia.

Para (PÉREZ V. , 2010) “la Importancia del servicio al cliente ha venido tomando fuerza acorde al aumento de la competencia, ya que mientras más exista, los clientes tiene mayor oportunidad de decidir en donde adquirir el producto o servicio que están requiriendo, es aquí donde radica dicha importancia de irlo perfeccionando y adecuando a las necesidades de los clientes, ya que estos mismo son quienes tendrán la última palabra para decidir”.

La importancia se puede guiar por los siguientes aspectos, mencionados por (ANÓNIMO, 2013): La competencia es cada vez mayor, por ende los productos ofertados aumentan notablemente y son más variados, por lo que se hace necesario ofrecer un valor agregado. Los competidores se van equiparando en calidad y precio, por lo que se hace necesario buscar una diferenciación.

Los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, un servicio rápido.

Si un cliente queda insatisfecho por el servicio o la atención, es muy probable que hable mal de uno y cuente de su mala experiencia a otros consumidores. Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que vuelva a adquirir nuestros productos o que vuelvan a visitarnos. Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que nos recomiende con otros consumidores. Es primordial tomar en cuenta dichos aspectos, ya que si se logran entender adecuadamente cada uno de ellos y, aplicarlos de la manera correcta se logrará tener una ventaja competitiva.

1.2.12. Características del servicio de calidad

Según (ANIORTE, 2013) establece algunas de las características que se deben seguir y cumplir para un correcto servicio de calidad, las cuales se enlistan a continuación:

- Debe cumplir sus objetivos a cabalidad
- Debe servir para lo que se diseño
- Debe ser adecuado para el uso
- Debe solucionar las necesidades
- Debe proporcionar resultados eficaces

Según (VERDÚ, 2013) señala que “existen otras características más específicas las cuales estarán a cargo del personal que labora en las entidades, ya que son habilidades necesarias, sobre todo para aquellos que están en contacto directo con los clientes, estas pueden ser:

- Formalidad: honestidad en la forma de actuar, la capacidad para comprometerse en los asuntos con seriedad e integridad
- Iniciativa: ser activo y dinámico, con tendencia a actuar en las diferentes situaciones y dar respuesta rápida a los problemas.
- Ambición: tener deseos inagotables por mejorar y crecer; es decir, tener afán de superación.
- Autodominio: tener capacidad de mantener el control de emociones y del resto de aspectos de la vida.

- Disposición de servicio: es una disposición natural, no forzada, a atender, ayudar, servir al cliente de forma entregada y con dignidad.
- Don de gentes: tener capacidad para establecer relaciones calidad y afectuosas con los demás, y además, disfrutarlo.
- Colaboración: ser una persona que gusta de trabar en equipo, le agrada trabajar con otros para la consecución de un objetivo en común.
- Enfoque positivo: es la capacidad para ver el lado bueno de las cosas con optimismo.
- Observación: es la habilidad para captar o fijarse en pequeños detalles no siempre evidentes a todo el mundo.
- Habilidad analítica: permite extraer lo importante de lo secundario, descomponer un discurso o problema en partes, para poder analizar cada una de las ideas principales y, en función de ese análisis, ofrecer una solución global.
- Imaginación: es la capacidad de generar nuevas ideas y, de ofrecer alternativas al abordar una situación.
- Recursos: tener el ingenio y la habilidad para salir airoso de situaciones comprometidas.

Aspecto externo: es la importancia de una primera impresión en los segundos iniciales para crear una buena predisposición hacia la compra en el cliente. Lo anterior son términos que describen características positivas y deseables en el servicio y la atención ofrecida por un negocio (sin importar el giro que éste tenga) y, que puede ser entendido como se muestra a continuación:

- Impacto de la calidad en el servicio
- Niveles de exigencias

1.2.13. Ventajas de atender mejor al cliente

Para (VARTULI, 2008) Existen 15 ventajas de atención al cliente para beneficio de las empresas que pueden llegar a conseguir mediante una buena atención al cliente, entre los cuales destaca los siguientes:

- 1). Mayor lealtad de los consumidores, clientes y usuarios.
- 2). incremento de las ventas y la rentabilidad.

- 3). ventas más frecuentes, mayor repetición de negocios con los mismos clientes, usuarios o consumidores.
- 4). Un más alto nivel de ventas individuales a cada cliente, consumidor o usuario.
- 5). Más ventas, ya que los clientes satisfechos se muestran más dispuestos a comprar los otros servicios o productos de la empresa.
- 6). Más clientes nuevos captados a través de la comunicación boca-a-boca y, las referencias de los clientes satisfechos.
- 7). Menores gastos en actividades de marketing: las empresas que ofrecen baja calidad se ven obligadas a hacer mayores inversiones en marketing para “reponer” los clientes que pierden continuamente.
- 8). Menos quejas y reclamaciones y, en consecuencia, menores gastos ocasionados por su gestión.
- 9). Mejor imagen y reputación de la empresa.
- 10). Una clara diferenciación de la empresa respecto a sus competidores.
- 11). Un mejor clima de trabajo interno, ya que los empleados no están presionados por las continuas quejas de los consumidores, usuarios y clientes.
- 12). Mejores relaciones internas entre el personal ya que todos trabajan, unificados, hacia un mismo fin.
- 13). Menos quejas y ausentismo por parte del personal, por ende una productividad más alta.
- 14). Menor rotación del personal.
- 15). Una mayor participación de mercado.

1.2.14. El proceso de compra del consumidor

Según (PHILIP KOTLER, 2012), el proceso de decisión de compra se realiza en las cinco etapas siguientes:

- a) Reconocimiento de necesidades. El consumidor reconoce una necesidad, identifica su estado actual como insatisfecho y lo compara con el estado que desearía tener. El

estímulo puede ser natural, como: la sed o el cansancio. En otro caso el estímulo puede ser externo, por ejemplo: un aparador, un anuncio publicitario, etc.

b) Búsqueda de información. El consumidor investiga para obtener información. Existen dos formas de proceder: de forma pasiva, limitándose a estar abierto a la información que le llegue ocasionalmente; o de forma activa, intentando encontrar información o consultado a sus amigos, profesionales y/o familiares. De esta forma el cliente conoce el producto, las marcas, sus características y precios.

c) Evaluación de alternativas. Con la información obtenida, el consumidor hace un balance para valorar las características de los productos que más le interesan.

d) Decidir la compra. En esta fase el consumidor realiza la compra. Como toda actividad humana esta puede estar influenciada por otras personas como: personas que compartan argumentos negativos de compra que pueden hacer cambiar la opinión del consumidor; y otras personas que pueden ser el usuario final y cuya satisfacción es la que se busca mediante la compra del producto.

e) Comportamiento post-compra. Depende de la satisfacción o insatisfacción producida en el consumidor a través de la compra, es decir, si consiguió satisfacer con el producto aquello que deseaba.

CAPÍTULO II

2. DIAGNÓSTICO O ESTUDIO DE CAMPO

En el cantón Tosagua, provincia de Manabí, existen alrededor de 23 restaurantes que se expenden alimentos y bebidas, los mismo que no cuentan con personal capacitado en lo que respecta a la correcta manipulación de alimentos y bebidas, por ende, la satisfacción de los clientes y consumidores es a media, lo que ocasiona además que la afluencia de clientes sea escasa.

En muchos de los restaurantes se expenden platos, cuyos precios son desde \$ 3.00 hasta los 7.00. La población universo de clientes que frecuentan los restaurantes del cantón Tosagua, fluctúa entre los 60 a 100 clientes por días.

Uno de los problemas más relevantes que se diagnosticó en los restaurantes del cantón Tosagua, fue la escasa preparación de los empleados en lo que respecta a como manipular adecuadamente los alimentos y bebidas, lo que esta ocasionado que la demanda de clientes o consumidores se ve fuertemente afectada, a ello, además se suma la poca cordialidad que se brinda a los clientes.

En el presente Trabajo de Titulación, Modalidad Proyecto de Investigación, se utilizaron los siguientes métodos:

a) Métodos teóricos: Los métodos teóricos que se aplicaron en el desarrollo de la investigación fueron los siguientes:

Análisis – síntesis. Se utilizó en la tarea científica # 1 para el respectivo Análisis del estado del arte sobre las principales concepciones referidas a la manipulación de los alimentos y bebidas en la demanda de los consumidores.

Inducción – deducción. Se utilizó en la tarea científica # 2 para el respectivo Diagnóstico de la situación actual de la manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua para analizar la demanda de los consumidores.

Bibliográfico. Se utilizó en la tarea científica # 3 para respectivo Diseño de una guía práctica para fomentar una nueva cultura de higiene, manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua.

b) Métodos empíricos: Los métodos empíricos que se aplicaron en el desarrollo de la investigación fueron los siguientes:

Encuesta, se realizó a 23 propietarios y administradores de los restaurantes del cantón Tosagua, así mismo a 20 clientes o consumidores, mediante preguntas escritas organizadas en un formulario que estuvo compuesto por diez preguntas referentes también a la manipulación de los alimentos y bebidas y a la demanda de los consumidores.

Observación científica, se aplicó de manera directa a 30 empleados que se dedican a la manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua, la cual estuvo estructurada de 10 indicadores donde se valoró cualitativamente aspectos referentes a la manipulación de los alimentos y bebidas y a la demanda de los consumidores.

Entrevista, se realizó a la Chef Nacional e Internacional María Fernanda Buzzeta, la misma que estuvo estructurada por diez preguntas interrogativas, referentes también a la manipulación de los alimentos y bebidas y a la demanda de los consumidores.

La población y muestra de esta investigación, estuvo conformada por 71 personas, entre ellas; empleados de los restaurantes, consumidores y administradores. Se tomó como muestra, el total de la población, ya que esta era reducida, la cual se desglosó de la siguiente manera; 23 administradores de restaurantes, 30 empleados, y 20 clientes o consumidores de alimentos y bebidas.

Se tabularon los datos, con la finalidad de comprobar la hipótesis planteada en la investigación, luego se realizó un análisis de los resultados más relevantes obtenidos en cada pregunta, y por último se hizo la interpretación de los mismos, estableciendo como resultados conclusiones específicas.

2.1. ENCUESTA REALIZADA A LOS PROPIETARIOS Y ADMINISTRADORES DE LOS RESTAURANTES DEL CANTÓN TOSAGUA.

Tabla N° 2.1.1. *¿Cree usted que las buenas prácticas higiénicas en la manipulación de alimentos son fundamentales?*

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) SI	23	100%
b) NO	0	0%
Total	23	100%

***Nota:** Encuesta realizada a los propietarios y administradores de los restaurantes del cantón Tosagua.

Fuente: Equipo de investigadores (2017)

Gráfico N° 2.1.1



***Nota:** Datos para graficación obtenidos de la tabla N° 2.1.1

Análisis e interpretación de los resultados: En la pregunta # 1 de la encuesta realizada a los propietarios y administradores de los restaurantes del cantón Tosagua, se obtuvo el siguiente resultado, el 100% de los encuestados coinciden en que las buenas prácticas higiénicas en la manipulación de alimentos si son fundamentales. De acuerdo al resultado más relevante obtenido en esta pregunta, se concluye que en todos los locales y restaurantes de comida se debe aplicar las buenas prácticas higiénicas en la manipulación de alimentos y bebidas, ya son importantes para garantizar a los clientes una alimentación saludable y libre de contaminación.

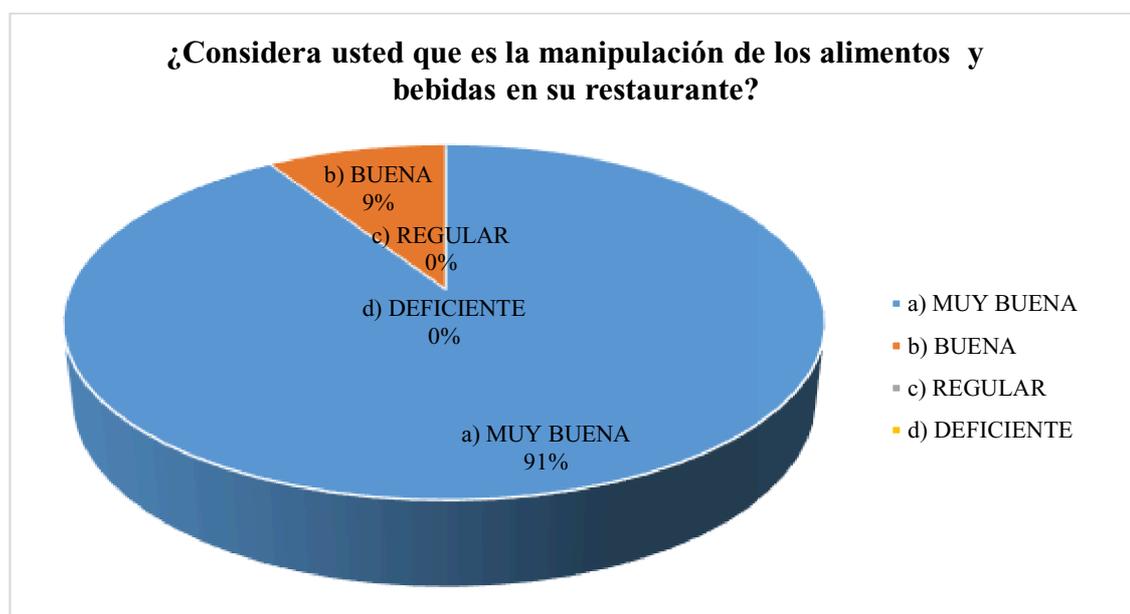
Tabla N° 2.1.2. ¿Considera usted que es la manipulación de los alimentos y bebidas en su restaurante?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) MUY BUENA	20	91%
b) BUENA	3	9%
c) REGULAR	0	0%
d) DEFICIENTE	0	0%
Total	23	100%

***Nota:** Encuesta realizada a los propietarios y administradores de los restaurantes del cantón Tosagua.

Fuente: Equipo de investigadores (2017)

Gráfico N° 2.1.2



***Nota:** Datos para graficación obtenidos de la tabla N° 2.1.2

Análisis e interpretación de los resultados: En la pregunta # 2 de la encuesta realizada a los propietarios y administradores de los restaurantes del cantón Tosagua, se obtuvieron los siguientes resultados, el 91% de los encuestados consideran que es muy buena la manipulación de los alimentos y bebidas en su restaurante, el 9%, señala que buena. De acuerdo al resultado más relevante obtenido en esta interrogación, se concluye que existe una buena manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurante del cantón Tosagua, sin embargo, es oportuno destacar que el personal que opera en la cocina debe capacitarse en normas de preparación y seguridad alimentaria a fin de que realicen una labor eficaz.

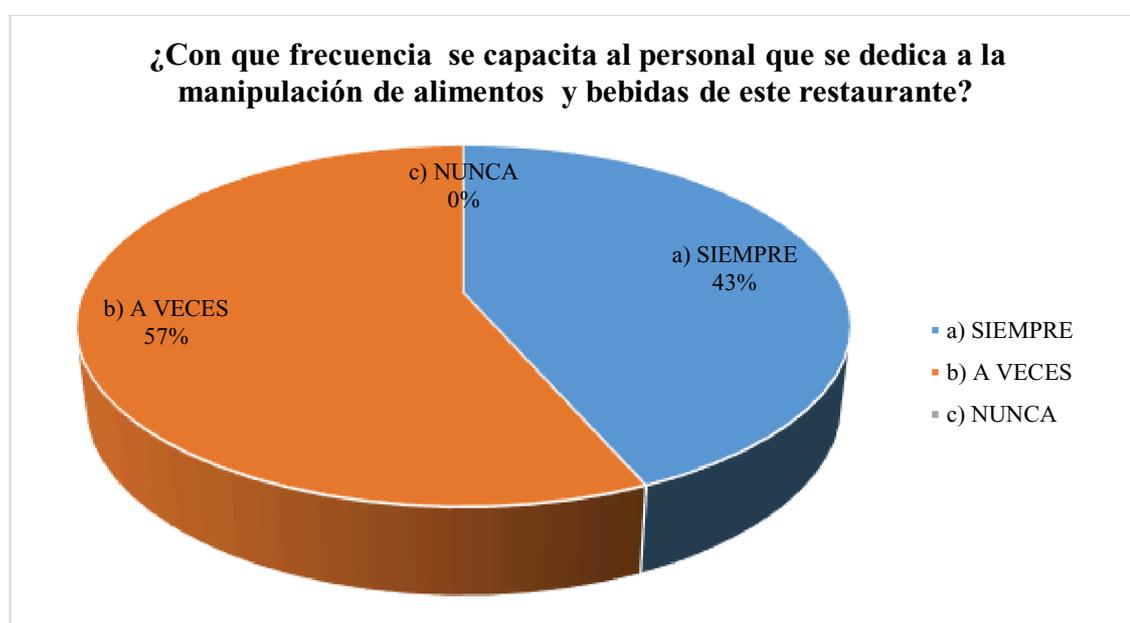
Tabla N° 2.1.3 ¿Con que frecuencia se capacita al personal que se dedica a la manipulación de alimentos y bebidas de este restaurante?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) SIEMPRE	10	43%
b) A VECES	13	57%
c) NUNCA	0	0%
Total	23	100%

***Nota:** Encuesta realizada a los propietarios y administradores de los restaurantes del cantón Tosagua.

Fuente: Equipo de investigadores (2017)

Gráfico N° 2.1.3



***Nota:** Datos para graficación obtenidos de la tabla N° 2.1.3

Análisis e interpretación de los resultados: En la pregunta # 3 de la encuesta realizada a los propietarios y administradores de los restaurantes del cantón Tosagua, se obtuvieron los siguientes resultados, el 43% de los encuestados, concuerdan en que siempre se capacita al personal que se dedica a la manipulación de alimentos y bebidas de los restaurante del cantón Tosagua, el 57%, dice que a veces. De acuerdo al resultado más relevante obtenido en esta pregunta, se concluye que no todos los empleados disponen de tiempo suficiente para capacitarse en temas inherentes a la manipulación de alimentos y bebidas, por lo que es necesario, que los administradores busquen estrategias y mecanismos para que sus empleados puedan acceder a talleres de artes culinarias y ética profesional, lo que propenderá a fortalecer a los restaurantes.

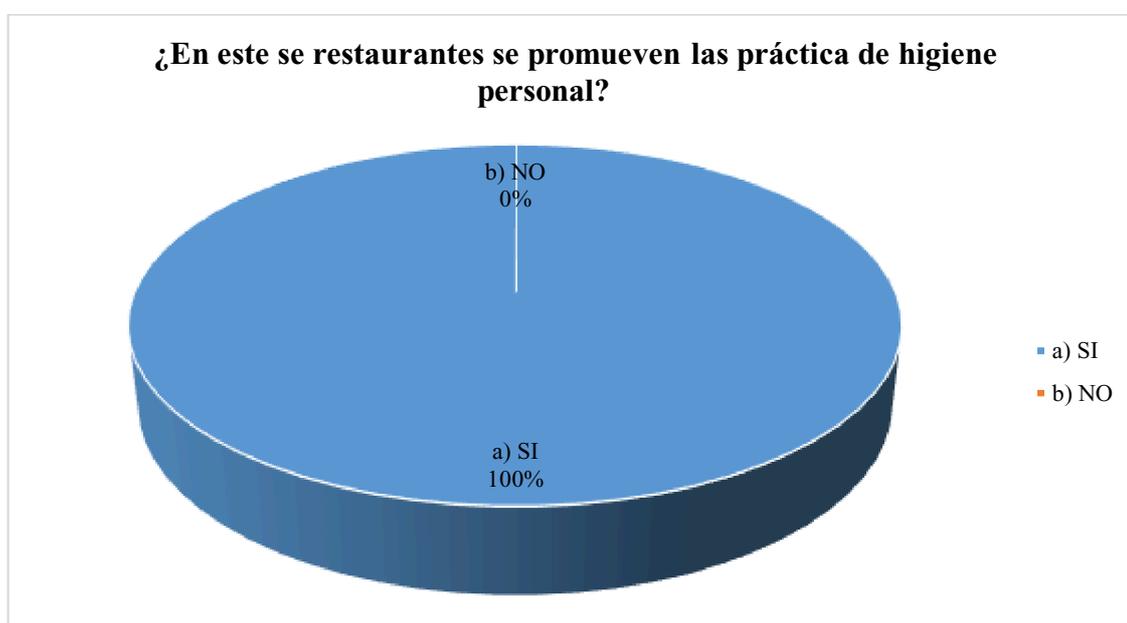
Tabla N° 2.1.4. ¿En este se restaurantes se promueven las práctica de higiene personal?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) SI	23	100%
b) NO	0	0%
Total	23	100%

***Nota:** Encuesta realizada a los propietarios y administradores de los restaurantes del cantón Tosagua.

Fuente: Equipo de investigadores (2017)

Gráfico N° 2.1.4



***Nota:** Datos para graficación obtenidos de la tabla N° 2.1.4

Análisis e interpretación de los resultados: En la pregunta # 4 de la encuesta realizada a los propietarios y administradores de los restaurantes del cantón Tosagua, se obtuvo el siguiente resultado, el 100% de los encuestados coinciden en que en los restaurantes si se promueven las práctica de higiene personal. De acuerdo al resultado más relevante obtenido en esta pregunta, se concluye que en los restaurantes del cantón Tosagua generalmente se promueven las prácticas de higiene personal, ya que en algunos locales el personal que labora cuenta con un manual práctico con los procedimientos a seguir, lo que permite que sobresalga el aseo, el orden y las buenas practicas higiénicas, sin embargo, se ha podido evidenciar que dicho manual esta desactualizado en cuanto a nuevos instrucciones como manipular alimentos y prevenir enfermedades.

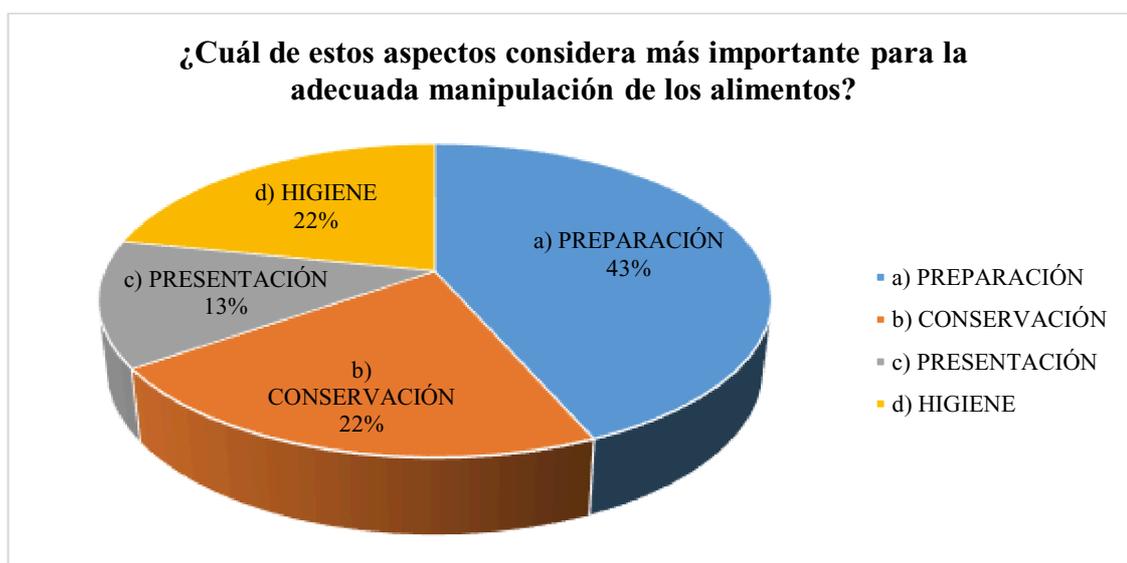
Tabla N° 2.1.5. ¿Cuál de estos aspectos considera más importante para la adecuada manipulación de los alimentos?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) PREPARACIÓN	10	43%
b) CONSERVACIÓN	5	22%
c) PRESENTACIÓN	3	13%
d) HIGIENE	5	22%
Total	23	100%

***Nota:** Encuesta realizada a los propietarios y administradores de los restaurantes del cantón Tosagua.

Fuente: Equipo de investigadores (2017)

Gráfico N° 2.1.5



***Nota:** Datos para graficación obtenidos de la tabla N° 2.1.5

Análisis e interpretación de los resultados: En la pregunta # 5 de la encuesta realizada a los propietarios y administradores de los restaurantes del cantón Tosagua, se obtuvieron los siguientes resultados, el 43% de los encuestados, señalan que uno de los aspectos que consideran más importante para la adecuada manipulación de los alimentos es la preparación, el 22%, dice que es la conservación, el 13%, indica que es la presentación, y por último el 22% afirma que es la higiene. De acuerdo al resultado más relevante obtenido en esta pregunta, se concluye que la preparación y cocción de los alimentos es uno de los aspectos más importantes, puesto que de la misma dependerá que al ingerirse no provoquen ninguna indigestión, garantizando así una buena alimentación y acrecentar prestigio en los clientes.

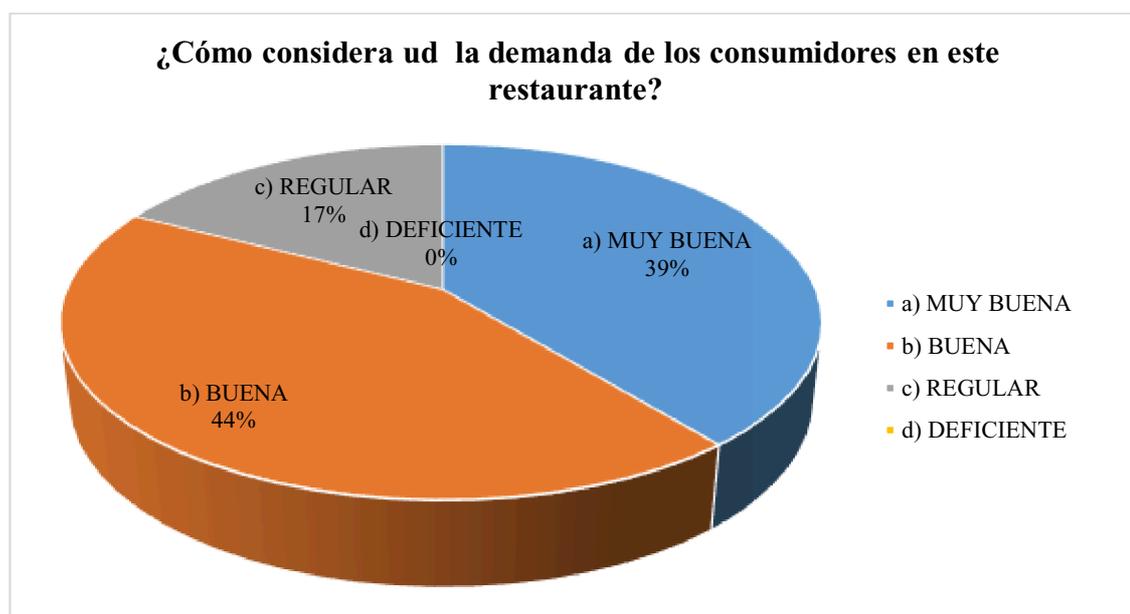
Tabla N° 2.1.6. ¿Cómo considera usted la demanda de los consumidores en este restaurante?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) MUY BUENA	9	39%
b) BUENA	10	44%
c) REGULAR	4	17%
d) DEFICIENTE	0	0%
Total	23	100%

***Nota:** Encuesta realizada a los propietarios y administradores de los restaurantes del cantón Tosagua.

Fuente: Equipo de investigadores (2017)

Gráfico N° 2.1.6



***Nota:** Datos para graficación obtenidos de la tabla N° 2.1.6

Análisis e interpretación de los resultados: En la pregunta # 6 de la encuesta realizada a los propietarios y administradores de los restaurantes del cantón Tosagua, se obtuvieron los siguientes resultados, el 39% de los encuestados consideran que la demanda de los consumidores en los restaurante es muy buena, el 44%, asegura que es buena, y el 17%, indica que es regular. De acuerdo al resultado más relevante obtenido en esta pregunta, se concluye que en la mayoría de los restaurantes del cantón Tosagua la demanda de los consumidores es buena, sin embrago, en otros locales la afluencia de clientes es muy deficiente debido principalmente a la pésima atención que brindan los empleados.

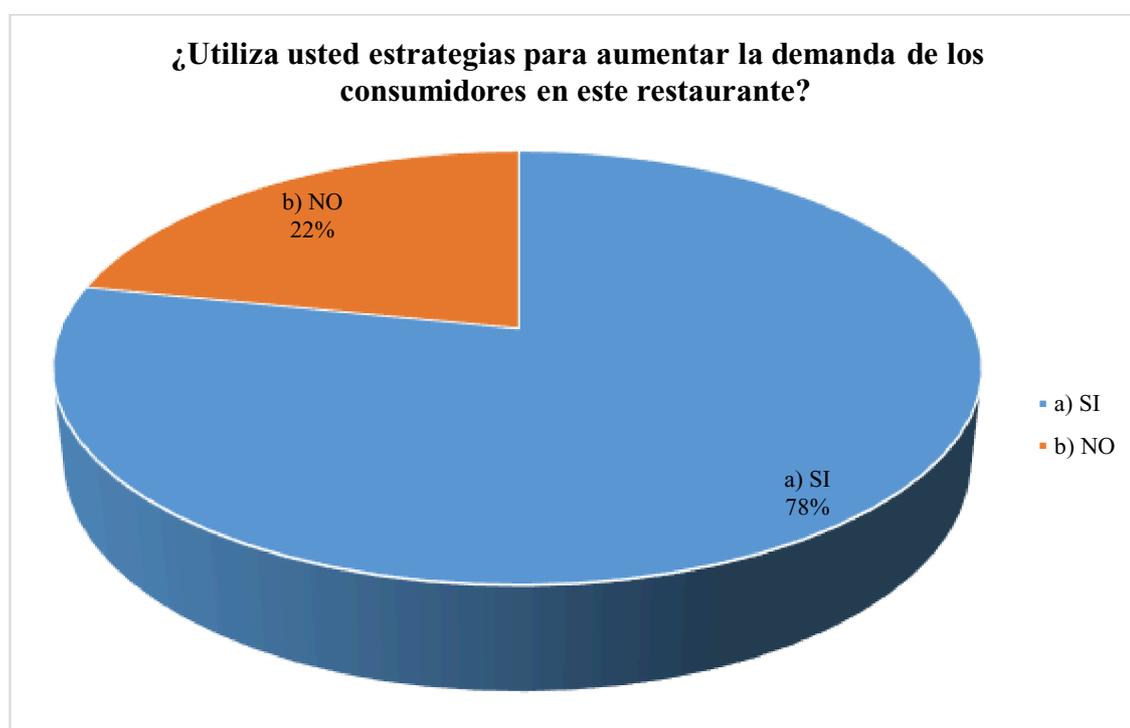
Tabla N° 2.1.7. ¿Utiliza usted estrategias para aumentar la demanda de los consumidores en este restaurante?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) SI	18	78%
b) NO	5	22%
Total	23	100%

***Nota:** Encuesta realizada a los propietarios y administradores de los restaurantes del cantón Tosagua.

Fuente: Equipo de investigadores (2017)

Gráfico N° 2.1.7



***Nota:** Datos para graficación obtenidos de la tabla N° 2.1.7

Análisis e interpretación de los resultados: En la pregunta # 7 de la encuesta realizada a los propietarios y administradores de los restaurantes del cantón Tosagua, se obtuvieron los siguientes resultados, el 78% de los encuestados afirman que si se utilizan estrategias para aumentar la demanda de los consumidores, el 22%, expresa que no. De acuerdo al resultado más relevante obtenido en esta pregunta, se concluye que la aplicación de estrategias metodológicas en los restaurantes del cantón Tosagua aumenta la demanda de clientes y consumidores; estas tácticas permiten además que los consumidores se sientan satisfechos, y sobre todo que sean reiterativos y vuelvan por la calidad del servicio brindado.

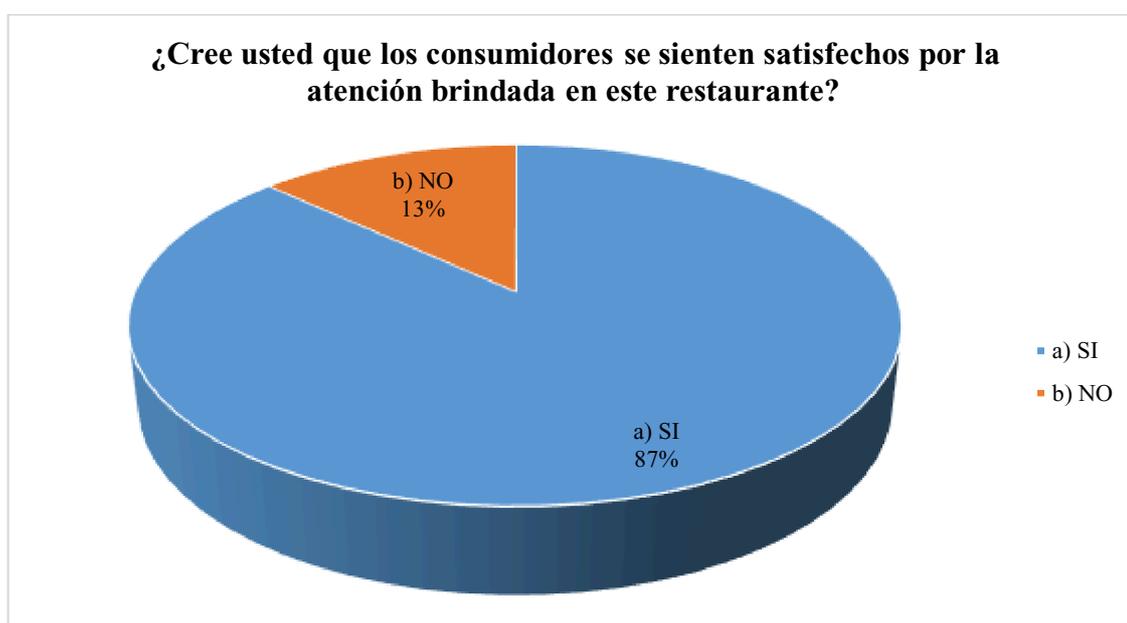
Tabla N° 2.1.8. ¿Cree usted que los consumidores se sienten satisfechos por la atención brindada en este restaurante?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) SI	20	87%
b) NO	3	13%
Total	23	100%

***Nota:** Encuesta realizada a los propietarios y administradores de los restaurantes del cantón Tosagua.

Fuente: Equipo de investigadores (2017)

Gráfico N° 2.1.8



***Nota:** Datos para graficación obtenidos de la tabla N° 2.1.8

Análisis e interpretación de los resultados: En la pregunta # 8 de la encuesta realizada a los propietarios y administradores de los restaurantes del cantón Tosagua, se obtuvieron los siguientes resultados, el 87% de los encuestados cree que los consumidores si se sienten satisfechos por la atención que se brindada en los restaurantes del cantón Tosagua, y el 13% dice que no. De acuerdo al resultado más relevante obtenido en esta pregunta, se concluye que existe satisfacción de los clientes y consumidores por la atención que se brindada en los restaurantes del cantón Tosagua, especialmente porque en la mayoría de los locales se les atiende con esmero y se les consiente sus requerimientos, no obstante, en varios bares los prestadores de servicios han optado por brindar algo adicional a sus clientes a fin de estimular la confianza y predilección.

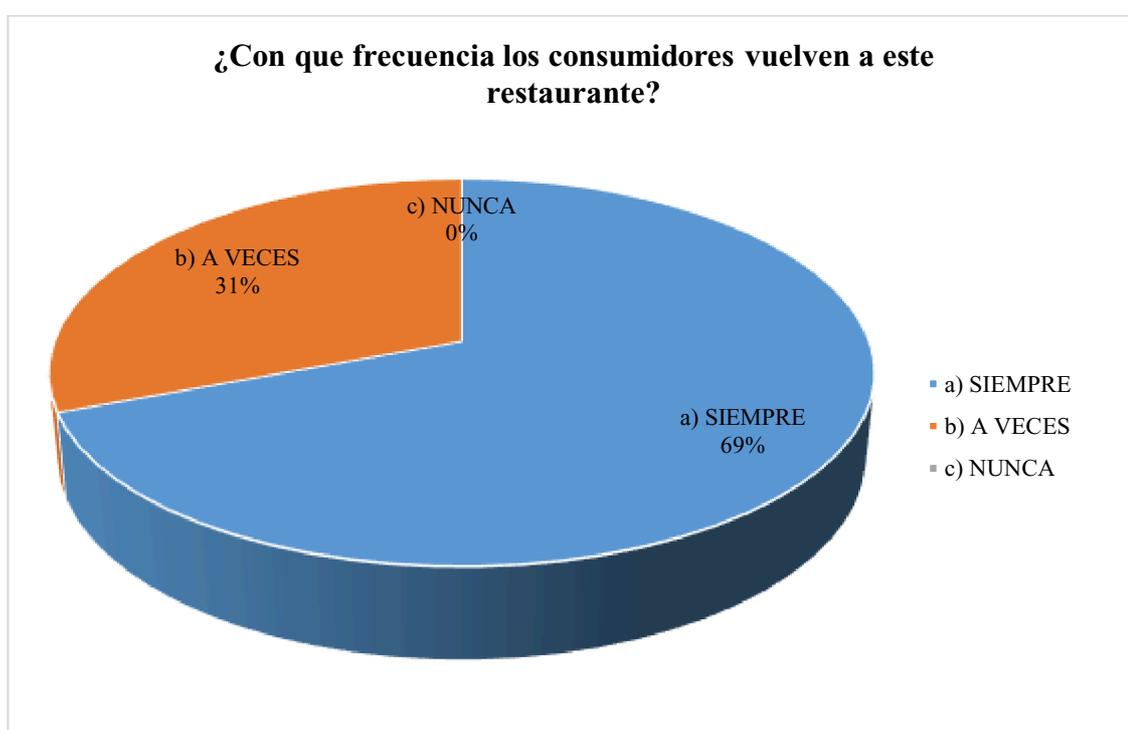
Tabla N° 2.1.9. ¿Con que frecuencia los consumidores vuelven a este restaurante?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) SIEMPRE	15	69%
b) A VECES	8	31%
c) NUNCA	0	0%
Total	23	100%

***Nota:** Encuesta realizada a los propietarios y administradores de los restaurantes del cantón Tosagua.

Fuente: Equipo de investigadores (2017)

Gráfico N° 2.1.9



***Nota:** Datos para graficación obtenidos de la tabla N° 2.1.9

Análisis e interpretación de los resultados: En la pregunta # 9 de la encuesta realizada a los propietarios y administradores de los restaurantes del cantón Tosagua, se obtuvieron los siguientes resultados, el 69% de los encuestados coinciden que los consumidores vuelven siempre a los restaurante del cantón Tosagua, el 31%, asegura que a veces. De acuerdo al resultado más relevante obtenido en esta pregunta, se concluye que los consumidores o clientes prefieren degustar la sazón de la comida de los restaurantes del cantón Tosagua, lo que los motiva a retornar frecuentemente, contribuyendo así a la estabilidad de los restaurantes y las plazas de sus empleados, además se promueve la reactivación económica.

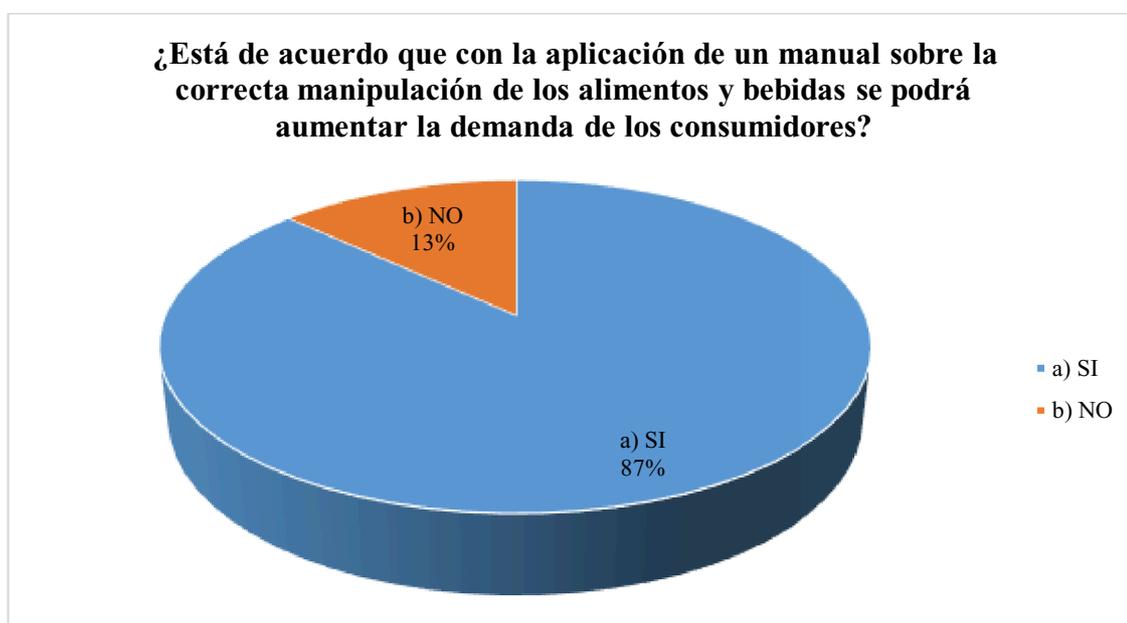
Tabla N° 2.1.10. *¿Está de acuerdo que con la aplicación de un manual sobre la correcta manipulación de los alimentos y bebidas se podrá aumentar la demanda de los consumidores?*

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) SI	20	87%
b) NO	3	13%
Total	23	100%

***Nota:** Encuesta realizada a los propietarios y administradores de los restaurantes del cantón Tosagua.

Fuente: Equipo de investigadores (2017)

Gráfico N° 2.1.10



***Nota:** Datos para graficación obtenidos de la tabla N° 2.1.10

Análisis e interpretación de los resultados: En la pregunta # 10 de la encuesta realizada a los propietarios y administradores de los restaurantes del cantón Tosagua, se obtuvieron los siguientes resultados, el 87% de los encuestados está de acuerdo que con la aplicación de un manual sobre la correcta manipulación de los alimentos y bebidas si se podrá aumentar la demanda de los consumidores, el 13% dice que no. De acuerdo al resultado más relevante obtenido en esta pregunta, se concluye que con la aplicación de un manual sobre la correcta manipulación de los alimentos y bebidas los empleados podrán desarrollar sus actividades de mejor manera, por ende, también se aportara a aumentar la demanda de los consumidores en los restaurantes del cantón Tosagua, por consiguiente se dinamizará más la economía del cantón.

2.2. ENCUESTA REALIZADA A LOS CONSUMIDORES O CLIENTES DE LOS RESTAURANTES DEL CANTÓN TOSAGUA.

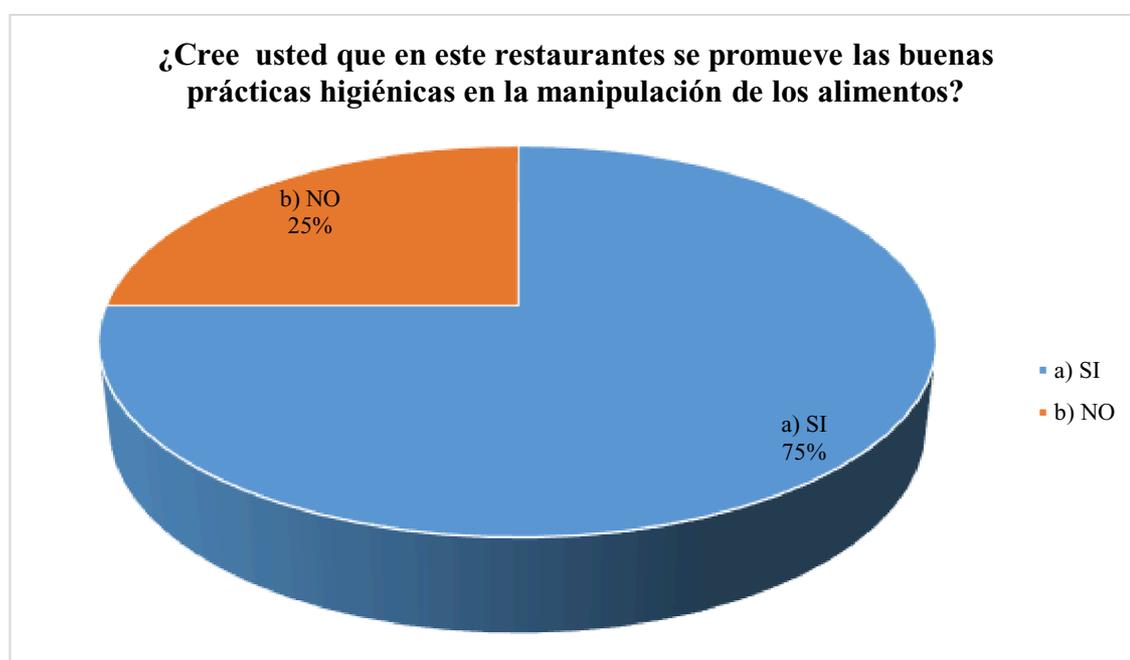
Tabla N° 2.2.11. ¿Cree usted que en este restaurantes se promueve las buenas prácticas higiénicas en la manipulación de los alimentos?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) SI	15	75%
b) NO	5	25%
Total	20	100%

***Nota:** Encuesta realizada a los consumidores de los restaurantes del cantón Tosagua.

Fuente: Equipo de investigadores (2017)

Gráfico N° 2.2.11



***Nota:** Datos para graficación obtenidos de la tabla N° 2.2.11

Análisis e interpretación de los resultados: En la pregunta # 11 de la encuesta realizada a los consumidores de los restaurantes del cantón Tosagua, se obtuvieron los siguientes resultados, el 75% de los encuestados, cree que en los restaurantes si se promueve las buenas prácticas higiénicas en la manipulación de los alimentos, el 25% de los encuestados asegura que no. De acuerdo al resultado más relevante obtenido en esta pregunta, se concluye que en los restaurantes del cantón Tosagua los empleados promueven las buenas prácticas higiénicas en la manipulación de los alimentos, esto contribuye significativamente a que se cumplan con las normas de higiene establecidas por el ministerio de salud pública.

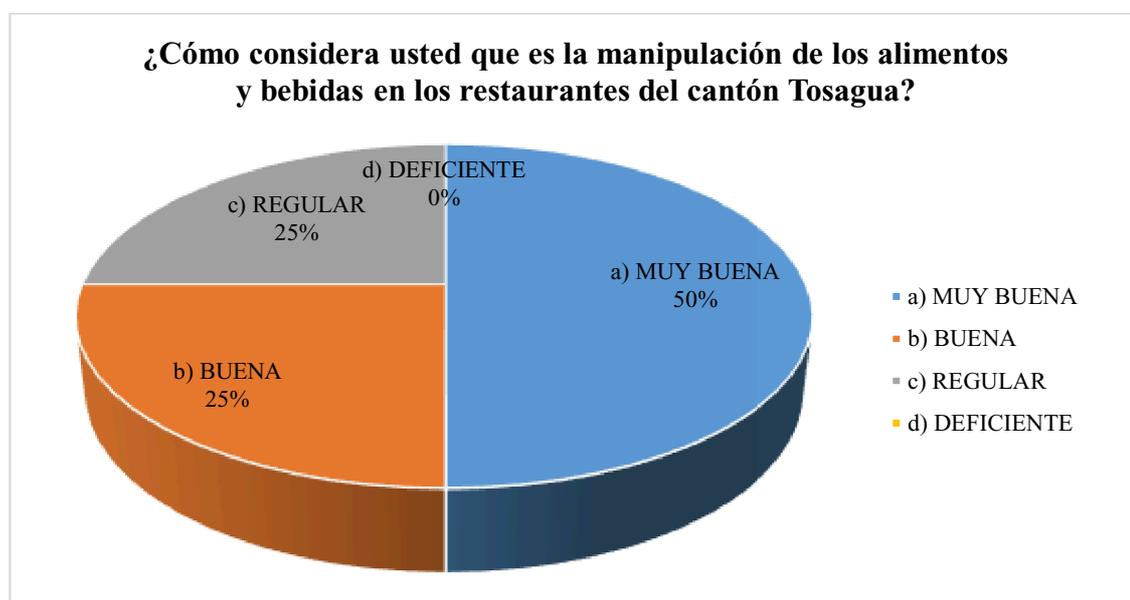
Tabla N° 2.2.12. ¿Cómo considera usted que es la manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) MUY BUENA	10	50%
b) BUENA	5	25%
c) REGULAR	5	25%
d) DEFICIENTE	0	0%
Total	20	100%

***Nota:** Encuesta realizada a los consumidores de los restaurantes del cantón Tosagua.

Fuente: Equipo de investigadores (2017)

Gráfico N° 2.2.12



***Nota:** Datos para graficación obtenidos de la tabla N° 2.2.12

Análisis e interpretación de los resultados: En la pregunta # 12 de la encuesta realizada a los consumidores de los restaurantes del cantón Tosagua, se obtuvieron los siguientes resultados, el 50% de los encuestados, consideran que la manipulación de los alimentos y bebidas es muy buena en los restaurantes del cantón Tosagua, el 25%, señala que es buena, y otro 25% dice que es regular. De acuerdo al resultado más relevante obtenido en esta pregunta, se concluye que la manipulación de los alimentos y bebidas por parte de los empleados de los distintos restaurantes del cantón Tosagua es considerada adecuada y cumple con los parámetros e indicadores establecidos, no obstante, su acertada labor permite que se mantengan en sus plazas de trabajo y por ende mantener una economía estable.

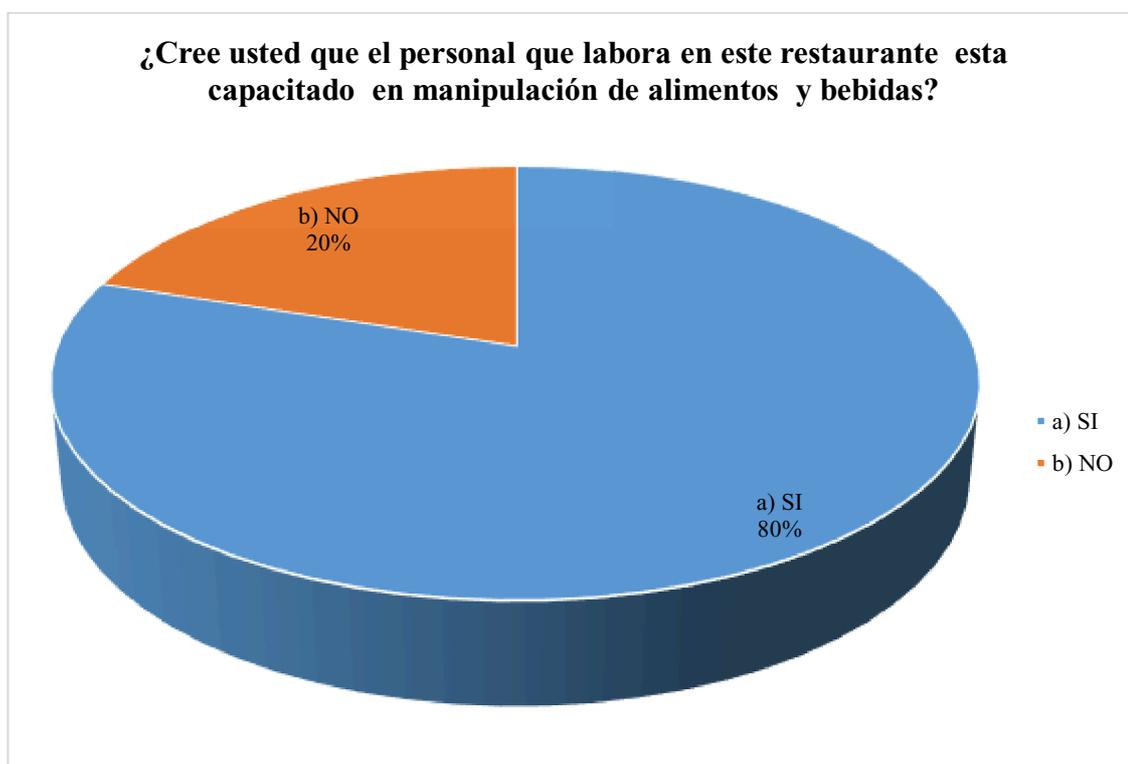
Tabla N° 2.2.13. ¿Cree usted que el personal que labora en este restaurante está capacitado en manipulación de alimentos y bebidas?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) SI	16	80%
b) NO	4	20%
Total	20	100%

***Nota:** Encuesta realizada a los consumidores de los restaurantes del cantón Tosagua.

Fuente: Equipo de investigadores (2017)

Gráfico N° 2.2.13



***Nota:** Datos para graficación obtenidos de la tabla N° 2.2.13

Análisis e interpretación de los resultados: En la pregunta # 13 de la encuesta realizada a los consumidores de los restaurantes del cantón Tosagua, se obtuvieron los siguientes resultados, el 80% de los encuestados, cree usted que el personal que labora en los restaurante si está capacitado en manipulación de alimentos y bebidas, y el 20 de los encuestados afirma que no. De acuerdo al resultado más relevante obtenido en esta pregunta, se concluye que el personal que labora en los restaurantes del cantón Tosagua está idóneo para manipular los alimentos y bebidas, acreditándoles para que desarrollan una buena labor y por consiguiente ganar más prestigio en el mercado local y nacional.

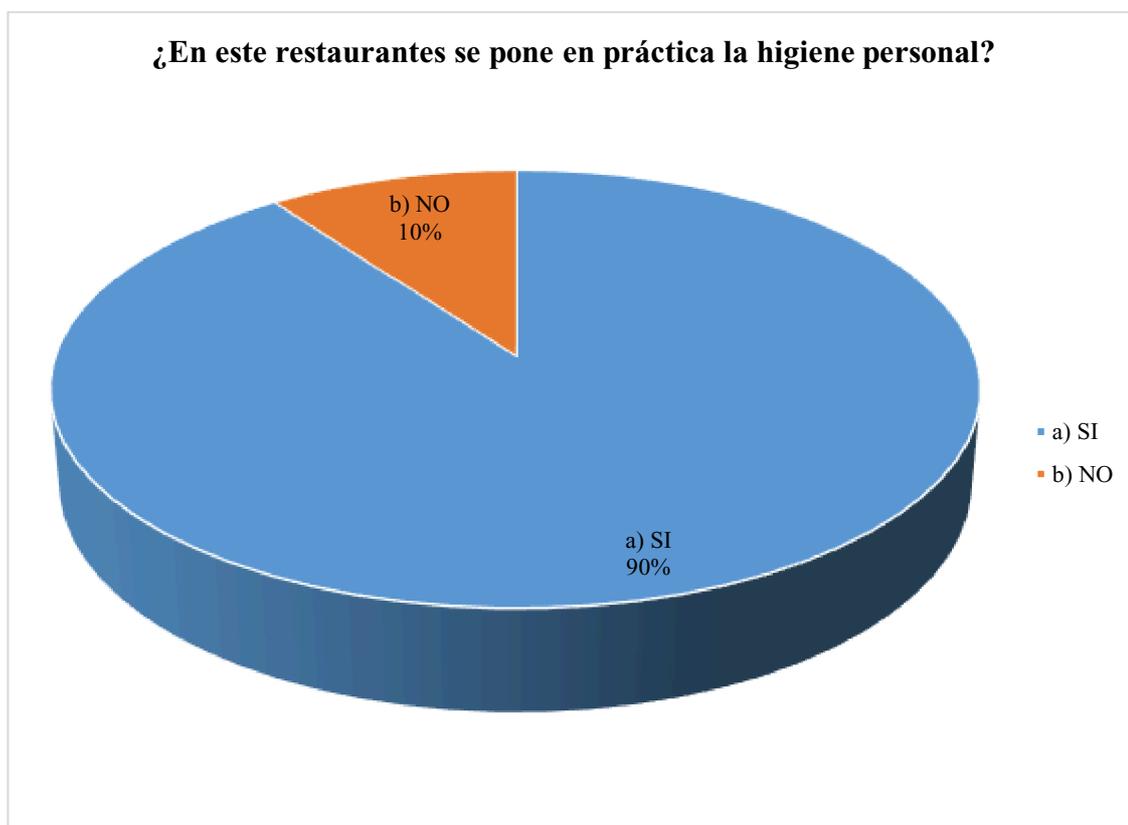
Tabla N° 2.2.14. ¿En este restaurantes se pone en práctica la higiene personal?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) SI	18	90%
b) NO	2	10%
Total	20	100%

***Nota:** Encuesta realizada a los consumidores de los restaurantes del cantón Tosagua.

Fuente: Equipo de investigadores (2017)

Gráfico N° 2.2.14



***Nota:** Datos para graficación obtenidos de la tabla N° 2.2.14

Análisis e interpretación de los resultados: En la pregunta # 14 de la encuesta realizada a los consumidores de los restaurantes del cantón Tosagua, se obtuvieron los siguientes resultados, el 90% de los encuetados, consideran que en los restaurantes del cantón Tosagua si se pone en práctica la higiene personal, el 10% de los encuestados señalan que no. De acuerdo al resultado más relevante obtenido en esta pregunta, se concluye que en los restaurantes del cantón Tosagua los empleados frecuentemente se preocupan por mantener una higiene personal, lo que contribuye a que haya entornos limpios, alimentos más saludables, comido en óptima calidad y su presentación sea impecable ante sus clientes.

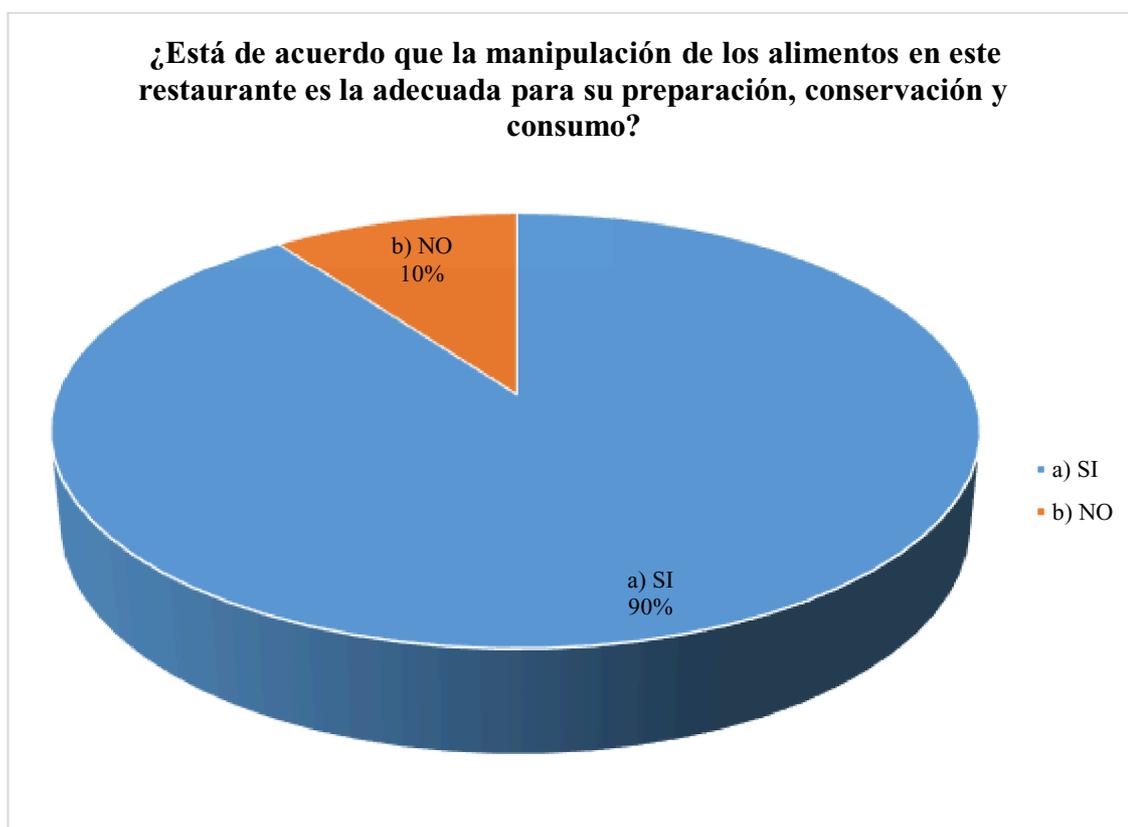
Tabla N° 2.2.15. ¿Está de acuerdo que la manipulación de los alimentos en este restaurante es la adecuada para su preparación, conservación y consumo?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) SI	18	90%
b) NO	2	10%
Total	20	100%

***Nota:** Encuesta realizada a los consumidores de los restaurantes del cantón Tosagua.

Fuente: Equipo de investigadores (2017)

Gráfico N° 2.2.15



***Nota:** Datos para graficación obtenidos de la tabla N° 2.2.15

Análisis e interpretación de los resultados: En la pregunta # 15 de la encuesta realizada a los consumidores de los restaurantes del cantón Tosagua, se obtuvieron los siguientes resultados, el 100% de los encuestados, está de acuerdo que la manipulación de los alimentos en este restaurante del cantón Tosagua si es la adecuada para su preparación, conservación y consumo, el 10% de los encuestados señala que no. De acuerdo al resultado más relevante obtenido en esta pregunta, se concluye que la manipulación de los alimentos en los restaurantes del cantón Tosagua está acorde para su preparación, conservación y consumo.

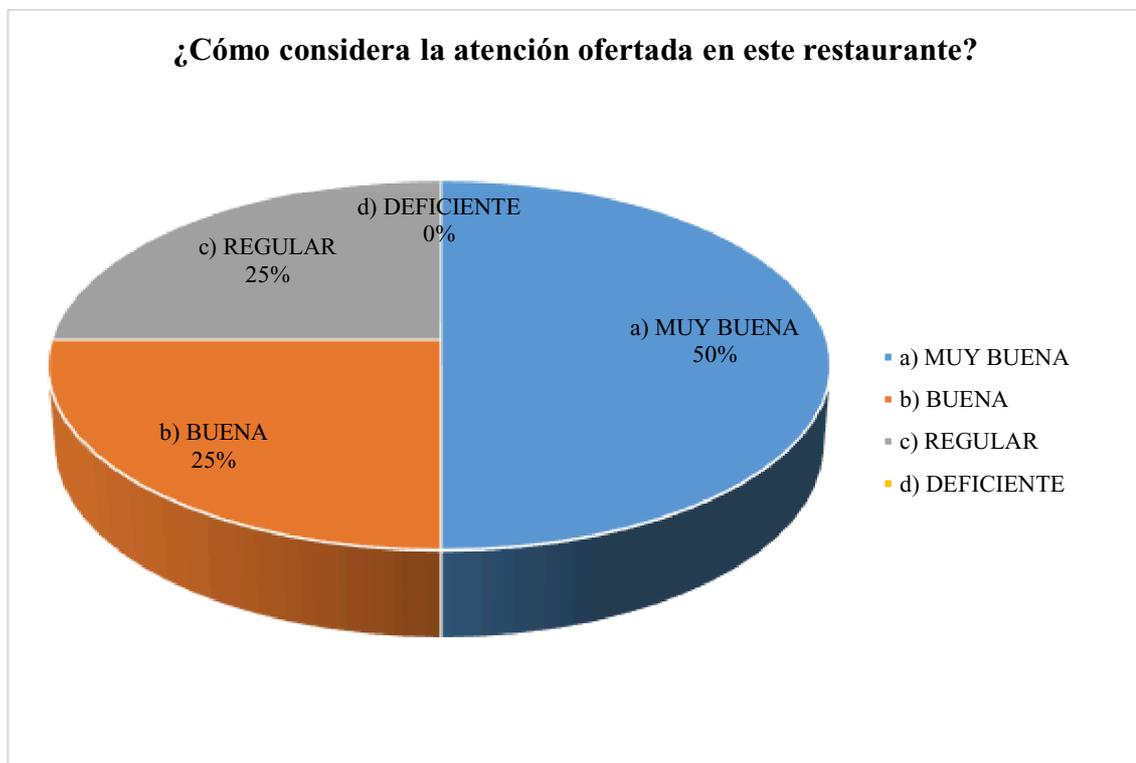
Tabla N° 2.2.16. ¿Cómo considera la atención ofertada en este restaurante?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) MUY BUENA	10	50%
b) BUENA	5	25%
c) REGULAR	5	25%
d) DEFICIENTE	0	0%
Total	20	100%

***Nota:** Encuesta realizada a los consumidores de los restaurantes del cantón Tosagua.

Fuente: Equipo de investigadores (2017)

Gráfico N° 2.2.16



***Nota:** Datos para graficación obtenidos de la tabla N° 2.2.16

Análisis e interpretación de los resultados: En la pregunta # 16 de la encuesta realizada a los consumidores de los restaurantes del cantón Tosagua, se obtuvieron los siguientes resultados, el 50% de los encuestados, considera que es muy buena la atención ofertada en los restaurantes del cantón Tosagua, el 25%, señala que es buena y otro 25% dice que es regular. De acuerdo al resultado más relevante obtenido en esta pregunta, se concluye que la atención ofertada en los restaurantes del cantón Tosagua cumple con la exigencia y requerimiento de los clientes, puesto que ellos manifiestan sentirse satisfechos y contentos con la calidad de atención que se oferta.

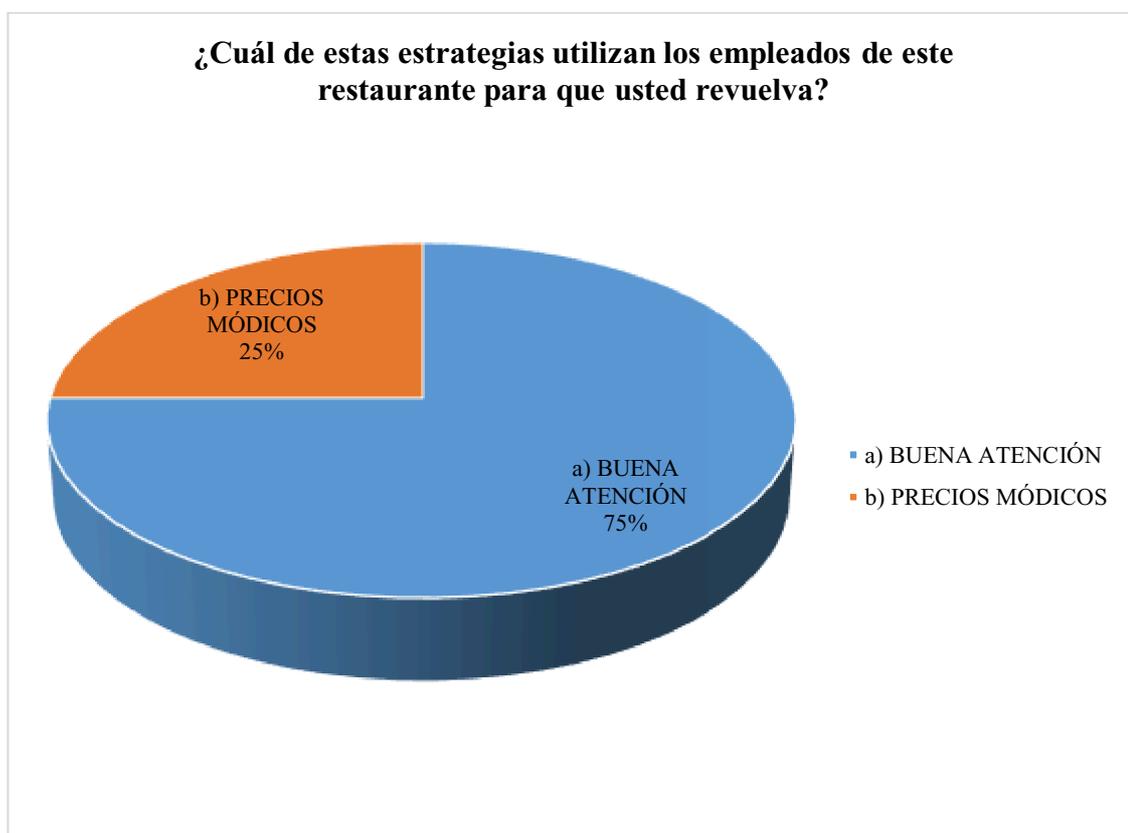
Tabla N° 2.2.17. ¿Cuál de estas estrategias utilizan los empleados de este restaurante para que usted revuelva?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) BUENA ATENCIÓN	15	75%
b) PRECIOS MÓDICOS	5	25%
Total	20	100%

***Nota:** Encuesta realizada a los consumidores de los restaurantes del cantón Tosagua.

Fuente: Equipo de investigadores (2017)

Gráfico N° 2.2.17



***Nota:** Datos para graficación obtenidos de la tabla N° 2.2.17

Análisis e interpretación de los resultados: En la pregunta # 17 de la encuesta realizada a los consumidores de los restaurantes del cantón Tosagua, se obtuvieron los siguientes resultados, el 75% de los encuestados, dicen que las estrategias que utilizan los empleados en los restaurantes para que los clientes revuelvan es la buena atención, y el 25% indica que son los precios módicos. De acuerdo al resultado más relevante obtenido en esta pregunta, se concluye que la buena intención al cliente es una de las estrategias que se debe aplicar en todos los negocios, especialmente en el expendio de comida, con el fin de cautivar a los consumidores, logrando que regresen siempre.

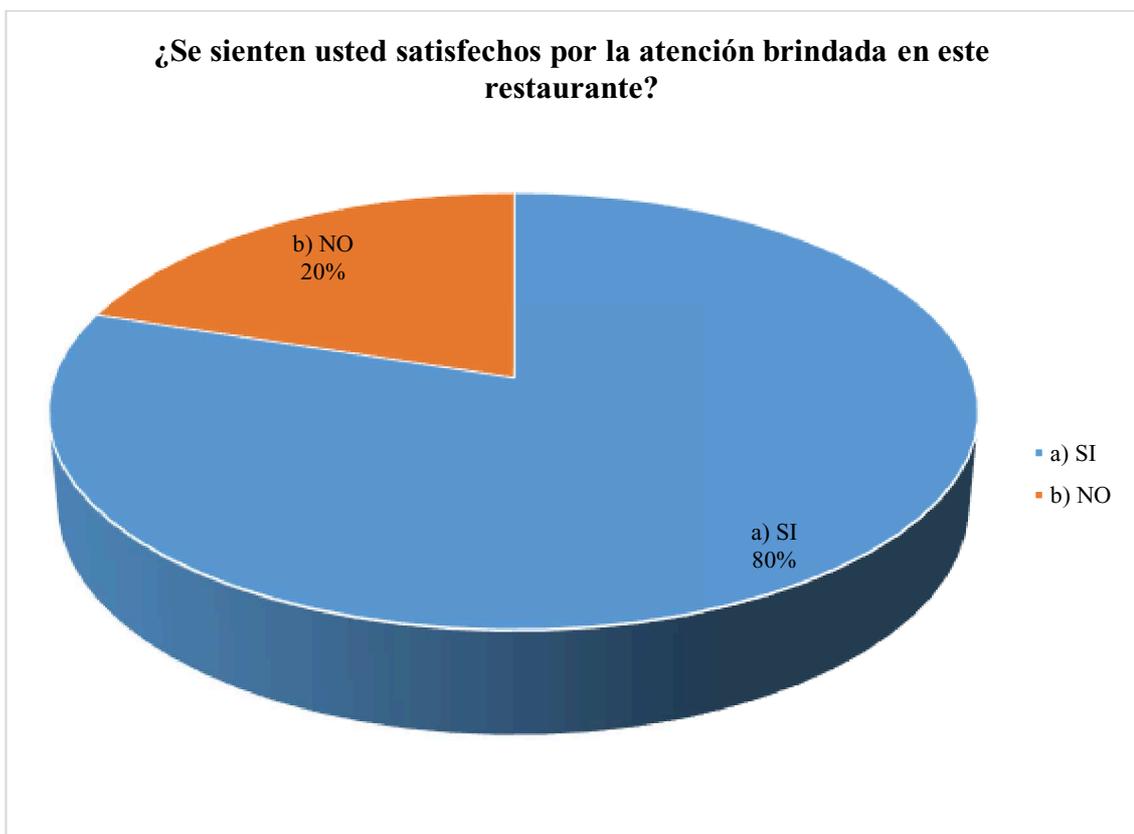
Tabla N° 2.2.18. ¿Se sienten usted satisfechos por la atención brindada en este restaurante?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) SI	16	80%
b) NO	4	20%
Total	20	100%

***Nota:** Encuesta realizada a los consumidores de los restaurantes del cantón Tosagua.

Fuente: Equipo de investigadores (2017)

Gráfico N° 2.2.18



***Nota:** Datos para graficación obtenidos de la tabla N° 2.2.18

Análisis e interpretación de los resultados: En la pregunta # 18 de la encuesta realizada a los consumidores de los restaurantes del cantón Tosagua, se obtuvieron los siguientes resultados, el 80% de los encuestados, manifiestan que si se sienten satisfechos por la atención brindada en el restaurante, el 20% de los encuestados indican que no. De acuerdo al resultado más relevante obtenido en esta pregunta, se concluye que la mayoría de los clientes y consumidores afirman sentirse satisfechos por la atención brindada en los restaurantes del cantón Tosagua, lo cual hace que haya una afluencia significativa de consumidores y la demanda crezca.

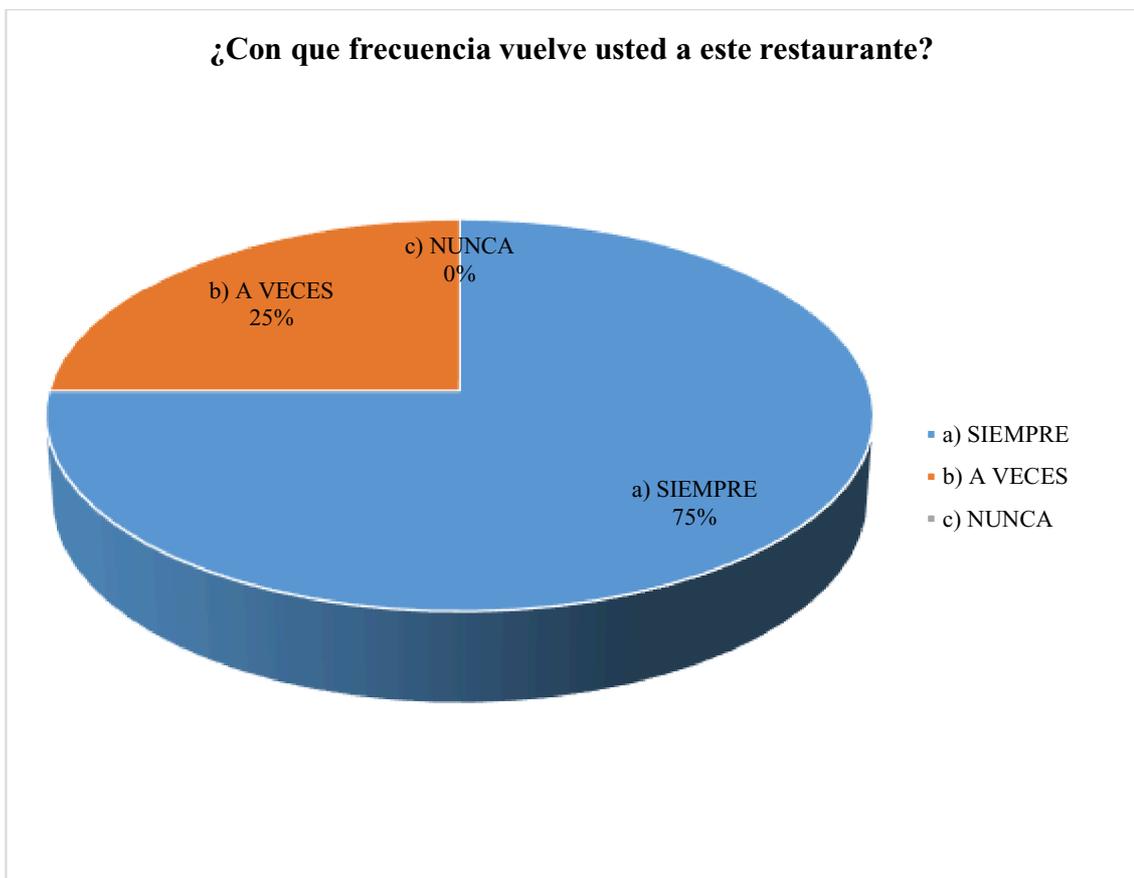
Tabla N° 2.2.19. ¿Con que frecuencia vuelve usted a este restaurante?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) SIEMPRE	15	75%
b) A VECES	5	25%
c) NUNCA	0	0%
Total	20	100%

***Nota:** Encuesta realizada a los consumidores de los restaurantes del cantón Tosagua.

Fuente: Equipo de investigadores (2017)

Gráfico N° 2.2.19



***Nota:** Datos para graficación obtenidos de la tabla N° 2.2.19

Análisis e interpretación de los resultados: En la pregunta # 19 de la encuesta realizada a los consumidores de los restaurantes del cantón Tosagua, se obtuvieron los siguientes resultados, el 75% de los encuestados, dicen que siempre vuelven a los restaurantes, el 25% señala que a veces. De acuerdo al resultado más relevante obtenido en esta pregunta, se concluye que los clientes y consumidores aseveran que constantemente vuelven a los restaurantes del cantón Tosagua, ya que se les brinda una buena atención y los precios de los platos son módicos y muy deliciosos.

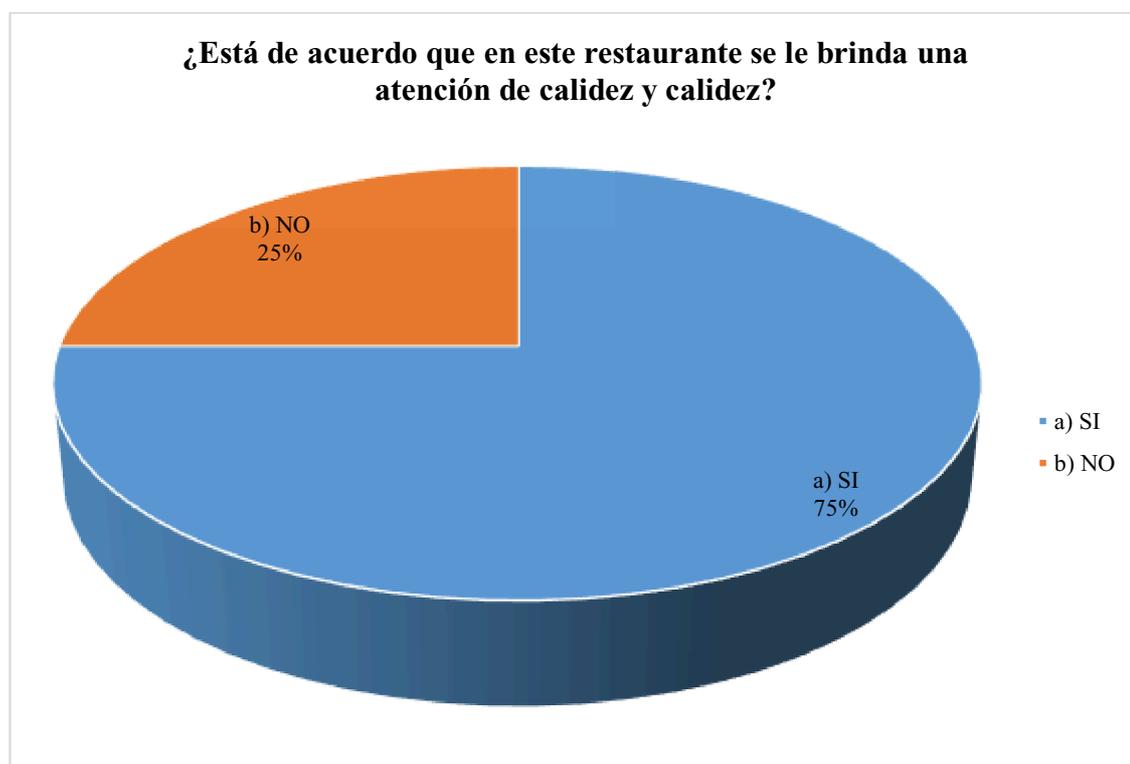
Tabla N° 2.2.20. ¿Está de acuerdo que en este restaurante se le brinda una atención de calidez y calidez?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) SI	15	75%
b) NO	5	25%
Total	20	100%

***Nota:** Encuesta realizada a los consumidores de los restaurantes del cantón Tosagua.

Fuente: Equipo de investigadores (2017)

Gráfico N° 2.2.20



***Nota:** Datos para graficación obtenidos de la tabla N° 2.2.20

Análisis e interpretación de los resultados: En la pregunta # 20 de la encuesta realizada a los consumidores de los restaurantes del cantón Tosagua, se obtuvieron los siguientes resultados, el 75% de los encuestados, expresan que están de acuerdo que en los restaurantes si se les brinda una atención de calidez y calidez, y el 25% de los encuestados indican que no. De acuerdo al resultado más relevante obtenido en esta pregunta, se concluye que en los restaurantes del cantón Tosagua los encuestados afirman que reciben una atención de calidad y calidez, lo que incita a ellos, a sugerir a otras personas que visiten los locales de comida que tiene Tosagua, puesto que la cortesía es excelente y la gastronomía única en Manabí.

2.3. FICHA DE OBSERVACIÓN APLICADA A LOS EMPLEADOS DE LOS RESTAURANTES DEL CANTÓN TOSAGUA.

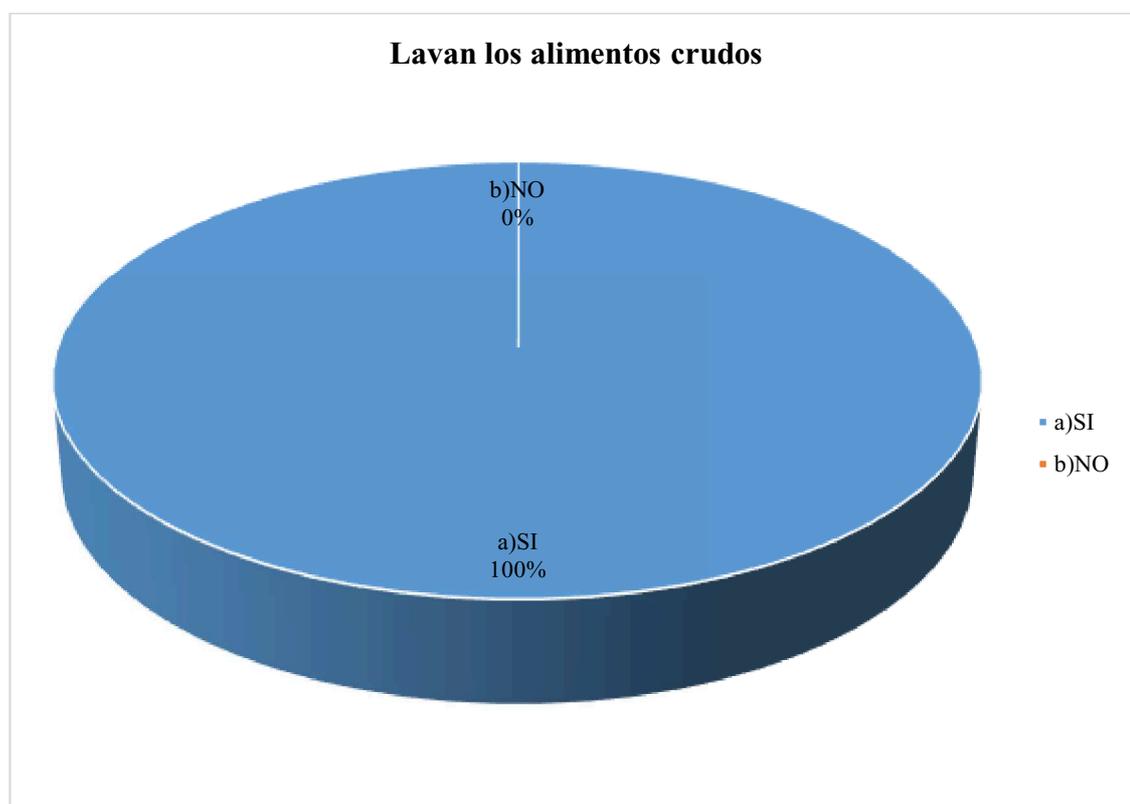
Tabla N° 2.3.21. *Lavan los alimentos crudos*

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a)SI	30	100%
b)NO	0	0%
Total	30	100%

*Nota: Ficha de observación aplicada a los empleados de los restaurantes del cantón Tosagua.

Fuente: Equipo de investigadores (2017)

Gráfico N° 2.3.21



*Nota: Datos para graficación obtenidos de la tabla N° 2.3.21

Análisis e interpretación de los resultados: En el indicador # 1 de la ficha de observación aplicada a los empleados de los restaurantes del cantón Tosagua, se obtuvo el siguiente resultado, el 100% de los observados, si lavan los alimentos. De acuerdo al resultado más relevante obtenido en la observación, se concluye que los empleados de los restaurantes del cantón Tosagua lavan los alimentos antes de prepararlos, lo que garantiza que los mismos, estén aptos para su preparación y consumo humano.

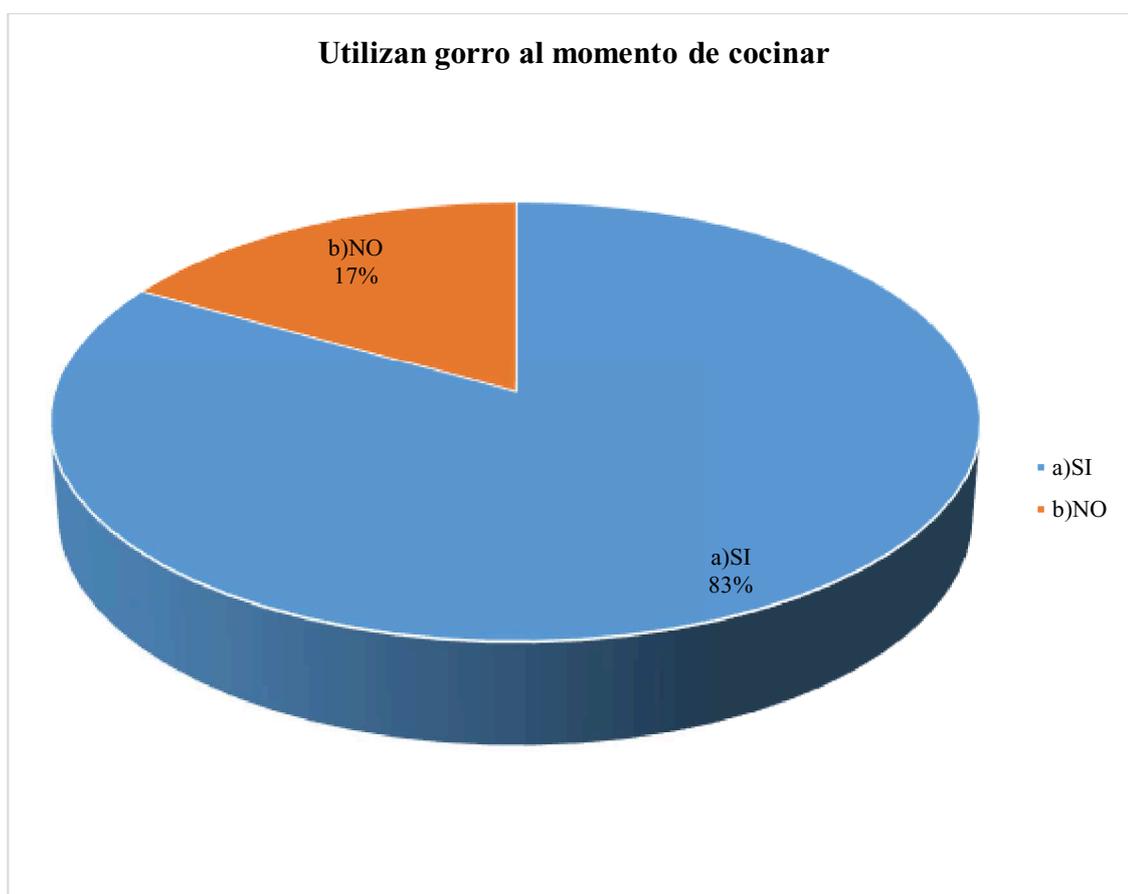
Tabla N° 2.3.22. Utilizan gorro al momento de cocinar

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a)SI	25	83%
b)NO	5	17%
Total	30	100%

***Nota:** Ficha de observación aplicada a los empleados de los restaurantes del cantón Tosagua.

Fuente: Equipo de investigadores (2017)

Gráfico N° 2.3.22



***Nota:** Datos para graficación obtenidos de la tabla N° 2.3.22

Análisis e interpretación de los resultados: En el indicador # 2 de la ficha de observación aplicada a los empleados de los restaurantes del cantón Tosagua, se obtuvieron los siguientes resultados, el 83% de los observados, si utilizan gorro al momento de cocinar. De acuerdo al resultado más relevante obtenido en la observación, se determinó que la mayoría de empleados de los restaurantes del cantón Tosagua habitualmente utilizan gorro al momento de preparar y cocinar los alimentos, lo que evita que alguna hilo de cabello involuntariamente desplome en la comida.

Tabla N° 2.3.23. Usan guantes al momento de preparar las bebidas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a)SI	25	83%
b)NO	5	17%
Total	30	100%

***Nota:** Ficha de observación aplicada a los empleados de los restaurantes del cantón Tosagua.

Fuente: Equipo de investigadores (2017)

Gráfico N° 2.3.23



***Nota:** Datos para graficación obtenidos de la tabla N° 2.3.23

Análisis e interpretación de los resultados: En el indicador # 3 de la ficha de observación aplicada a los empleados de los restaurantes del cantón Tosagua, se obtuvieron los siguientes resultados, el 83% de los observados, si usan guantes al momento de preparar las bebidas. De acuerdo al resultado más relevante obtenido en la observación, se determinó que en su mayoría los empleados de los restaurantes del cantón Tosagua optan por usar guantes al momento de preparar los alimentos y bebidas, consiguiendo así evitar contaminar los mismos y dar una buena estética a su presentación.

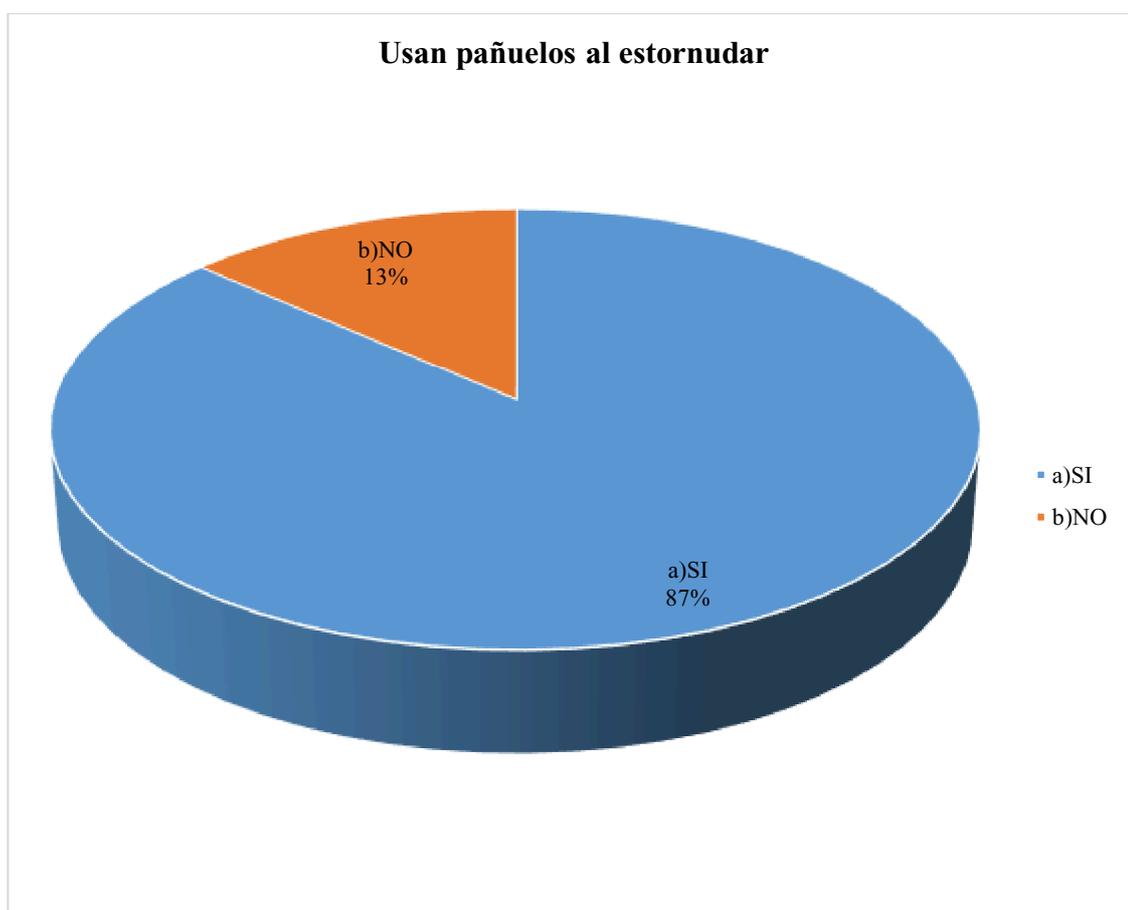
Tabla N° 2.3.24. Usan pañuelos al estornudar

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a)SI	26	87%
b)NO	4	13%
Total	30	100%

***Nota:** Ficha de observación aplicada a los empleados de los restaurantes del cantón Tosagua.

Fuente: Equipo de investigadores (2017)

Gráfico N° 2.3.24



***Nota:** Datos para graficación obtenidos de la tabla N° 2.3.24

Análisis e interpretación de los resultados: En el indicador # 4 de la ficha de observación aplicada a los empleados de los restaurantes del cantón Tosagua, se obtuvieron los siguientes resultados, el 87% de los observados, si usan pañuelos al estornudar, el 13% indica que no. De acuerdo al resultado más relevante obtenido en la observación, se determinó que los empleados de los restaurantes del cantón Tosagua la mayoría frecuentemente usan pañuelos al estornudar, a fin de evitar contaminar los alimentos por algún virus transmitido inconscientemente por exhalación.

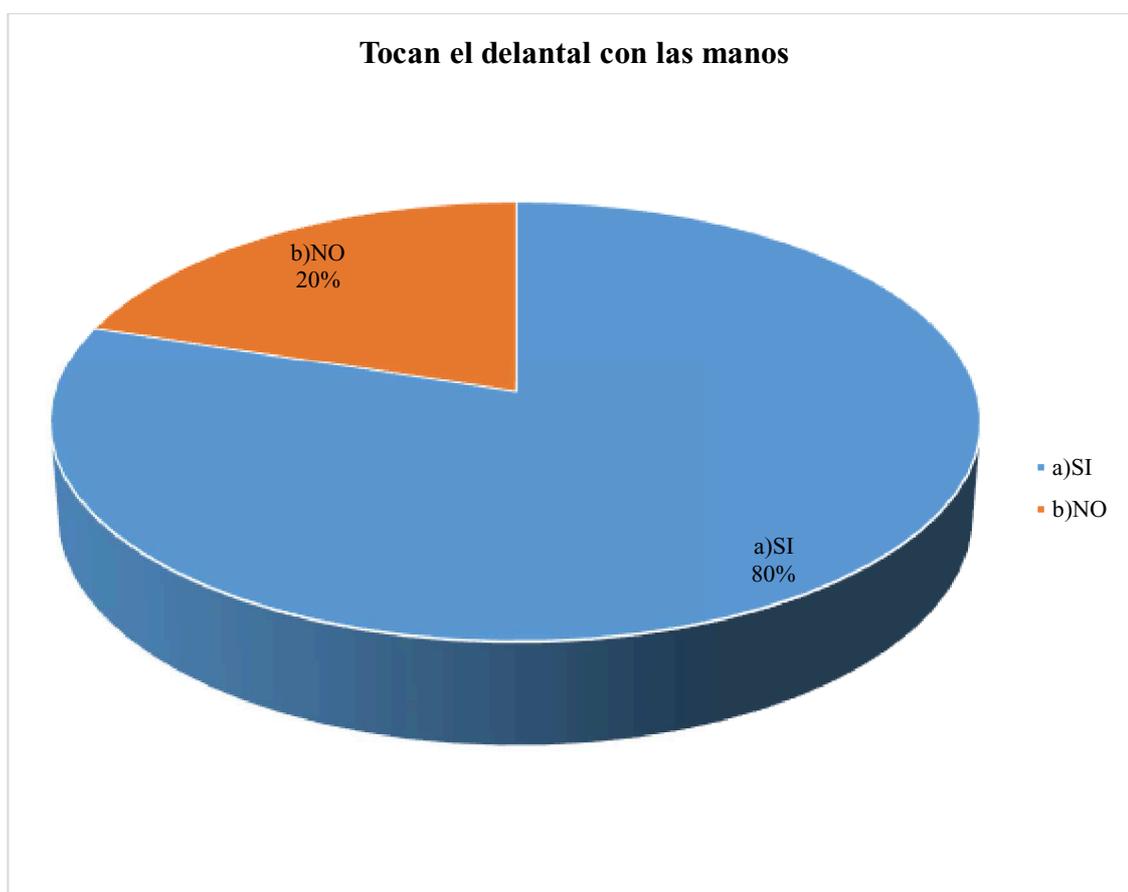
Tabla N° 2.3.25. Tocan el delantal con las manos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a)SI	24	80%
b)NO	6	20%
Total	30	100%

***Nota:** Ficha de observación aplicada a los empleados de los restaurantes del cantón Tosagua.

Fuente: Equipo de investigadores (2017)

Gráfico N° 2.3.25



***Nota:** Datos para graficación obtenidos de la tabla N° 2.3.25

Análisis e interpretación de los resultados: En el indicador # 5 de la ficha de observación aplicada a los empleados de los restaurantes del cantón Tosagua, se obtuvieron los siguientes resultados, el 80% de los observados, si tocan el delantal con las manos. De acuerdo al resultado más relevante en la observación, se determinó que los empleados de los restaurantes del cantón Tosagua constantemente tocan el delantal con las manos, afectando su presentación y estética, sin embargo, son juiciosos en no hacerlo cuando están atendiendo a sus clientes.

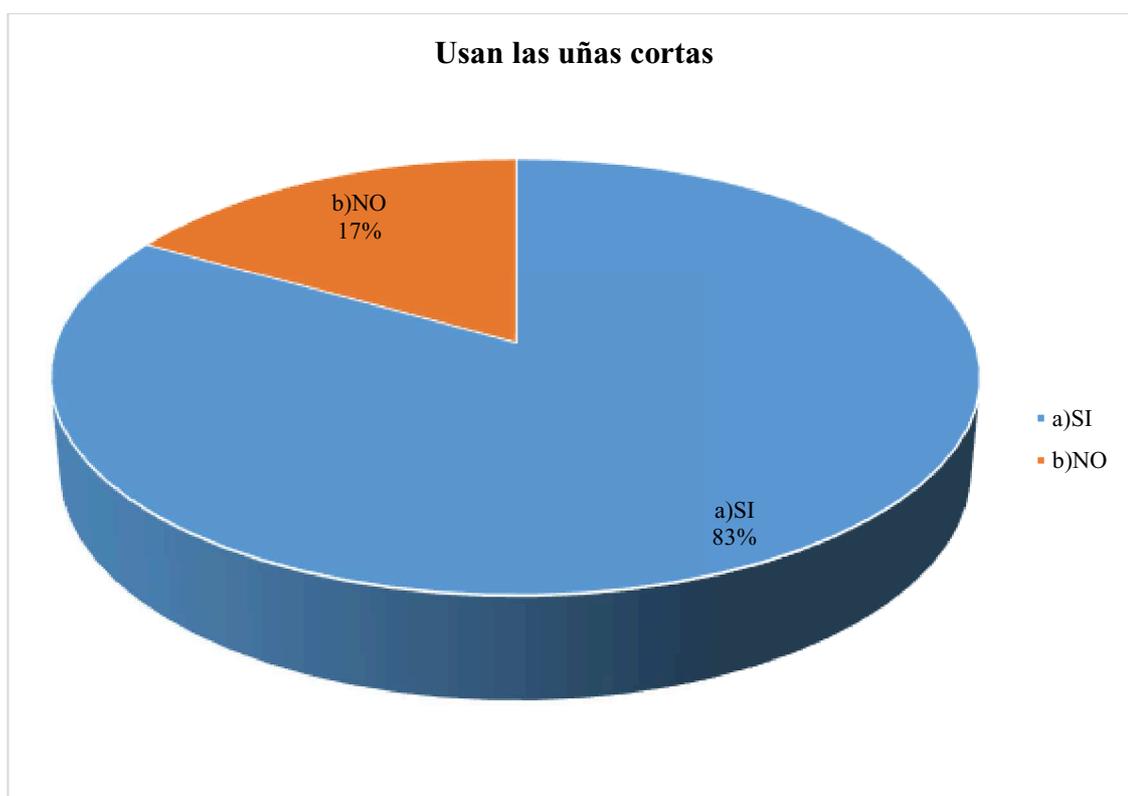
Tabla N° 2.3.26. Usan las uñas cortas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a)SI	25	83%
b)NO	5	17%
Total	30	100%

***Nota:** Ficha de observación aplicada a los empleados de los restaurantes del cantón Tosagua.

Fuente: Equipo de investigadores (2017)

Gráfico N° 2.3.26



***Nota:** Datos para graficación obtenidos de la tabla N° 2.3.26

Análisis e interpretación de los resultados: En el indicador # 6 de la ficha de observación aplicada a los empleados de los restaurantes del cantón Tosagua, se obtuvieron los siguientes resultados, el 83% de los observados, se determinó que si usan las uñas cortas, el 17% no. De acuerdo al resultado más relevante obtenido en la observación, se determinó que los empleados de los restaurantes del cantón Tosagua, usan las uñas cortas con el objetivo de presentar una imagen impecable y cumplir con una de las normas protocolaria en la preparación de los alimentos y bebidas, evitando así la acumulación de algún microbio en la sutileza de manos, por consiguiente se garantiza la salud de todos.

Tabla N° 2.3.27. Brindan una atención de calidad y calidez

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a)SI	18	90%
b)NO	2	10%
Total	30	100%

***Nota:** Ficha de observación aplicada a los empleados de los restaurantes del cantón Tosagua.

Fuente: Equipo de investigadores (2017)

Gráfico N° 2.3.27



***Nota:** Datos para graficación obtenidos de la tabla N° 2.3.27

Análisis e interpretación de los resultados: En el indicador # 7 de la ficha de observación aplicada a los empleados de los restaurantes del cantón Tosagua, se obtuvieron los siguientes resultados, el 90% de los observados, se determinó que si brindan una atención de calidad y calidez, el 10% no lo hacen. De acuerdo al resultado más relevante en la observación, se determinó que los empleados de los restaurantes del cantón Tosagua, constantemente brindan una atención de calidad y calidez a sus clientes, lo cual contribuye a que ellos sientan satisfechos por la cortesía brindada y que regresen vertiginoso.

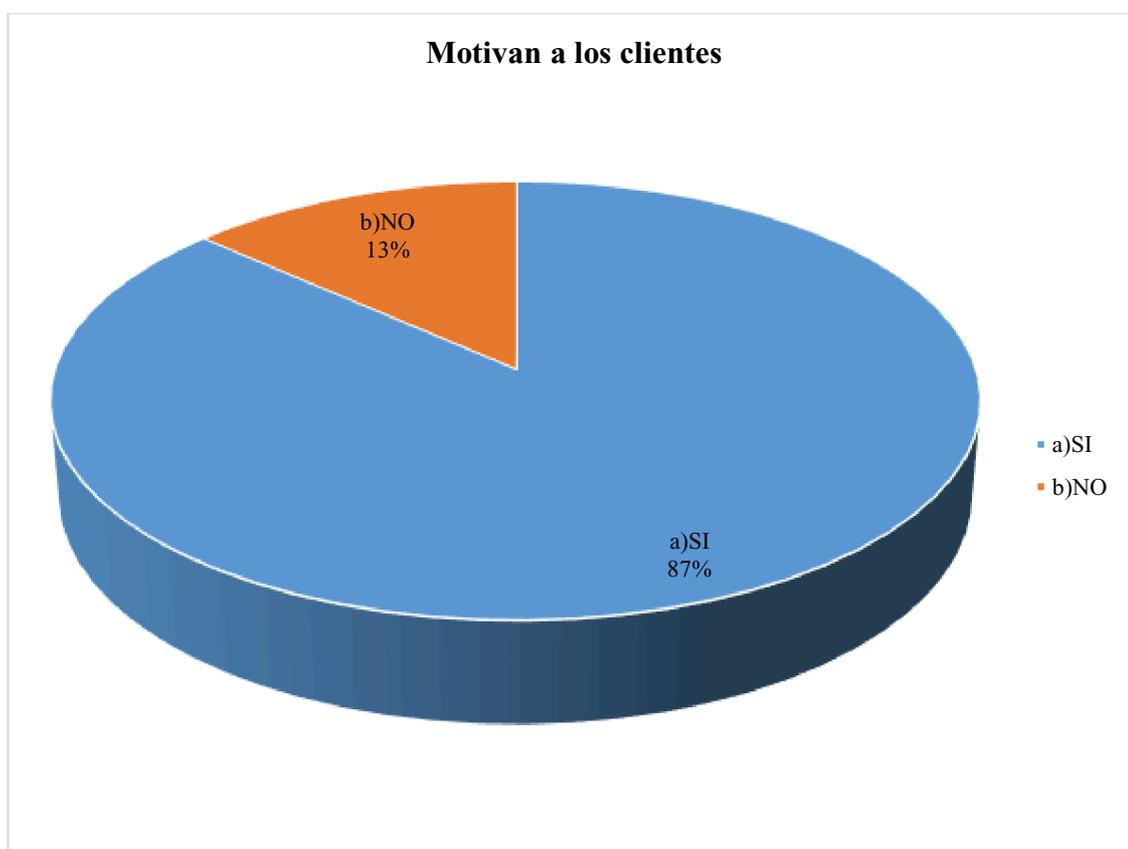
Tabla N° 2.3.28. Motivan a los clientes

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a)SI	26	87%
b)NO	4	13%
Total	30	100%

***Nota:** Ficha de observación aplicada a los empleados de los restaurantes del cantón Tosagua.

Fuente: Equipo de investigadores (2017)

Gráfico N° 2.3.28



***Nota:** Datos para graficación obtenidos de la tabla N° 2.3.28

Análisis e interpretación de los resultados: En el indicador # 8 de la ficha de observación aplicada a los empleados de los restaurantes del cantón Tosagua, se obtuvieron los siguientes resultados, el 87% de los observados, se determinó que motivan a los clientes, el 17% no lo hace. De acuerdo al resultado más relevante observado, se determinó que los empleados de los restaurantes del cantón Tosagua, aplican la motivación como estrategia activa para satisfacer la demanda y los requerimientos de los clientes, consiguiendo ganar simpatía y ser los preferidos en la plaza de la provincia de Manabí.

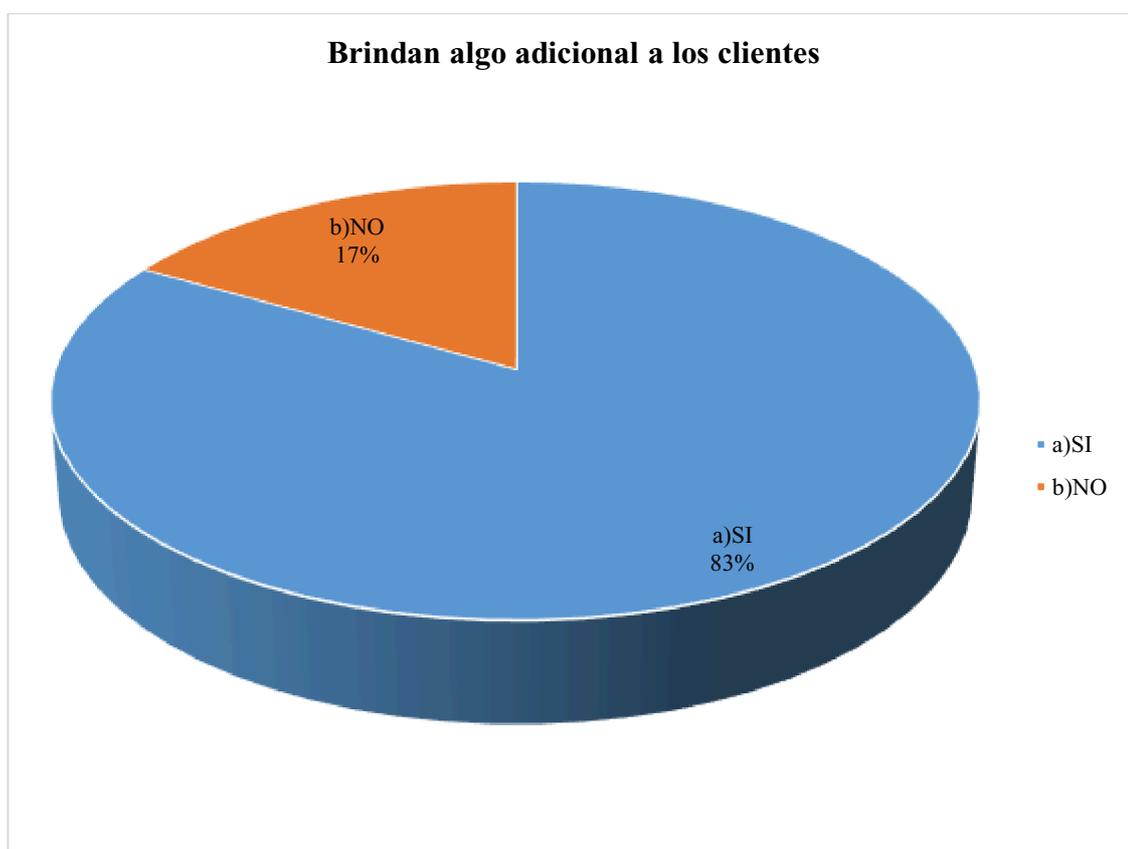
Tabla N° 2.3.29. *Brindan algo adicional a los clientes*

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a)SI	25	83%
b)NO	5	17%
Total	30	100%

***Nota:** Ficha de observación aplicada a los empleados de los restaurantes del cantón Tosagua.

Fuente: Equipo de investigadores (2017)

Gráfico N° 2.3.29



***Nota:** Datos para graficación obtenidos de la tabla N° 2.3.29

Análisis e interpretación de los resultados: En el indicador # 9 de la ficha de observación aplicada a los empleados de los restaurantes del cantón Tosagua, se obtuvieron los siguientes resultados, el 83% de los observados, se determinó que si brindan algo adicional a los clientes, y el 17% no lo hace. De acuerdo al resultado más relevante obtenido en la observación, se determinó que los empleados de los restaurantes del cantón Tosagua, antes de servir los alimentos a sus clientes siempre les brindan algo adicional a fin de ellos se sientan bien atendidos, motivados y satisfechos por el servicio ofertado.

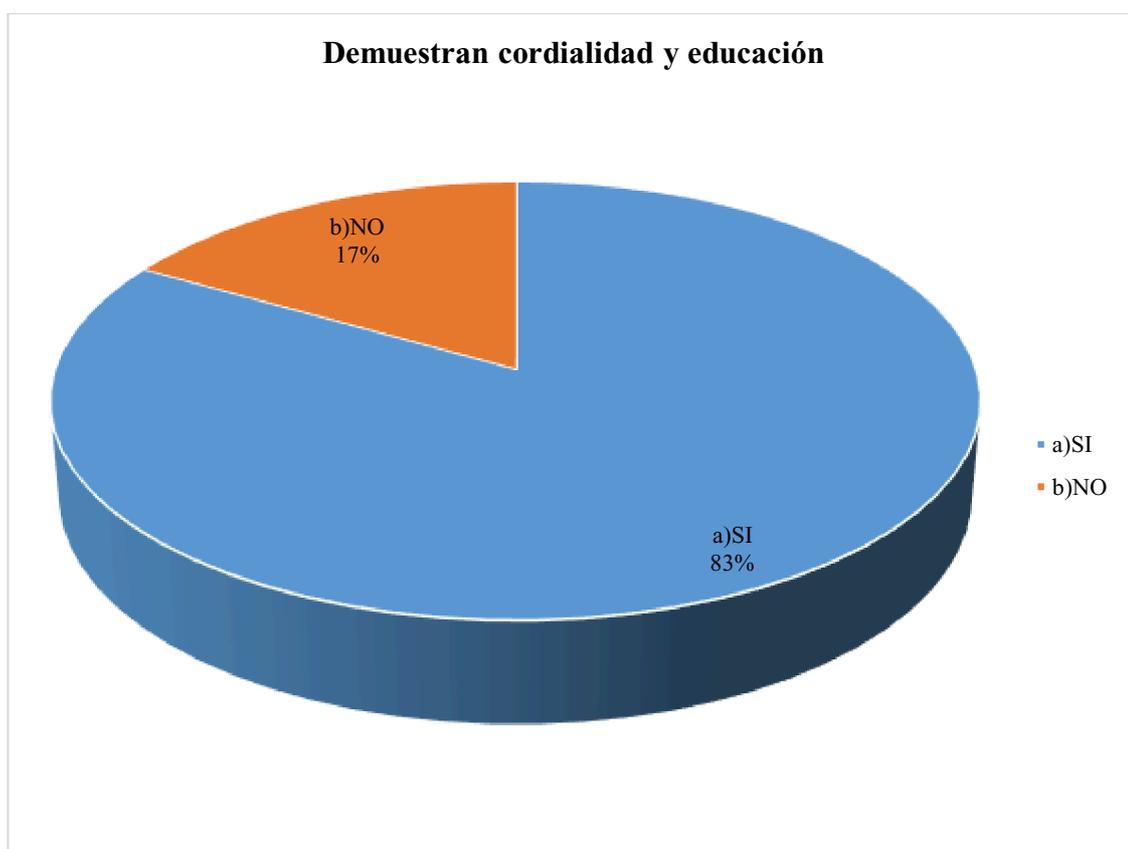
Tabla N° 2.3.30. Demuestran cordialidad y educación

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a)SI	25	83%
b)NO	5	17%
Total	30	100%

***Nota:** Ficha de observación aplicada a los empleados de los restaurantes del cantón Tosagua.

Fuente: Equipo de investigadores (2017)

Gráfico N° 2.3.30



***Nota:** Datos para graficación obtenidos de la tabla N° 2.3.30

Análisis e interpretación de los resultados: En el indicador # 10 de la ficha de observación aplicada a los empleados de los restaurantes del cantón Tosagua, se obtuvieron los siguientes resultados, el 83% de los observados, se determinó que si demuestran cordialidad y educación, y el 17% no lo hace. De acuerdo al resultado más relevante obtenido en la observación, se concluye que los empleados de los restaurantes del cantón Tosagua siempre demuestran cordialidad y educación a sus clientes, despertando la reciprocidad en ellos, a fin de que retornen pronto por la excelente hospitalidad y ética brindada.

2.4. ENTREVISTA REALIZADA A LA CHEF NACIONAL E INTERNACIONAL MARÍA FERNANDA BUZZETA.

2.4.1. ¿De qué manera se debe promover las buenas prácticas higiénicas en la manipulación de los alimentos?

Con respecto a la pregunta, la entrevistada sustentó que las prácticas higiénicas en la manipulación de los alimentos se las debe promover mediante la práctica diría, dando cumplimientos a los parámetros y lineamientos que garanticen una correcta preparación de los alimentos.

2.4.2 ¿Cómo es la manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua?

En esta interrogante, la entrevistada señaló que la manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua, es un poco deficiente, ya que no todos los empleados y el personal que labora en el área de cocina está técnicamente preparado.

2.4.3. ¿Qué tan necesarios es capacitar al personal del restaurante en manipulación de alimentos y bebidas?

Con respecto a la pregunta, la entrevistada expresó que es muy importante capacitar al personal que labora en los restaurantes, en temas inherentes a la correcta manipulación de los alimentos y bebidas, ya que esto contribuirá a que se desempeñen mejor en sus funciones diarias.

2.4.4. ¿Qué estrategias utilizar para poner en práctica la higiene personal en los restaurantes?

En esta interrogante, la entrevistada opinó que una de las estrategias que se deben de poner en práctica para fortalecer la higiene personal, es mantener siempre limpias las manos, utilizar jabón protex, mantener la uñas cortas, usara gorros al momento de preparar los alimentos, usar guantes, entre otros.

2.4.5. ¿Cuál es la adecuada preparación, conservación de los alimentos y bebidas para el consumo humano?

En esta interrogante, la entrevistada señaló que la adecuada preparación, conservación de los alimentos y bebidas para el consumo humano, es uno de los procesos por medio de los cuales los manipuladores de alimentos tienen la obligación aplicar procedimientos rigurosos.

2.4.6. ¿Cómo se debe atender a los consumidores para aumentar la demanda en los restaurantes?

Con respecto a la pregunta, la entrevistada opinó que se debe atender a los consumidores con mucha calidad y calidez, lo cual permitirá que la demanda de los consumidores en los restaurantes aumente significativamente.

2.4.7. ¿Qué estrategias aplicar para desarrollar los restaurantes?

En esta interrogante, la entrevistada marcó que entre las estrategias que se deben aplicar para desarrollar los restaurantes es la motivación, los precios módicos, la cortesía, y los incentivos adicionales que se brinden a los clientes.

2.4.8. ¿Cómo hacer para que los consumidores se sienten satisfechos por la atención brindada?

Con respecto a la pregunta, la entrevistada manifestó que la mejor forma de hacer que los consumidores se sienten satisfechos por la atención brindada, es mediante la atención cordial y estimulante que se brinda.

2.4.9. ¿Cuáles son los factores que se deben de tomar en cuenta para que los consumidores vuelven a los restaurantes?

En esta interrogante, la entrevistada manifestó que los factores que se deben de tomar en cuenta para que los consumidores vuelvan a los restaurantes, son el factor económico, es decir, los precios que sean accesibles al bolsillo de cada persona.

2.4.10. ¿Cómo brindar una atención de calidad y calidez a los consumidores?

Con respecto a la pregunta, la entrevistada exteriorizó que para brindar una atención de calidad y calidez a los consumidores, hay que prepararse mediante charlas y seminarios sobre; relaciones humanas, ética profesional, valores y protocolo.

CAPÍTULO III

3. PROPUESTA

3.1. Título de la Propuesta:

“Diseño de una guía práctica para fomentar una nueva cultura de higiene, manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua, en el año 2016”.

3.2. Introducción

La realización y ejecución de esta propuesta, surge como una alternativa de solución viable a la incorrecta manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua, la misma que a mediano plazo permitirá fomentar una nueva cultura de higiene, así mismo, aumentar la afluencia de consumidores y clientes.

Alimentarse es una necesidad básica y cotidiana para las personas, es necesario estar alerta porque los alimentos se contaminan con innumerables bacterias, algunas inofensivas pero otras peligrosas y hasta letales. Sepa por qué es fundamental la correcta higiene en la manipulación de alimentos para prevenir los riesgos de contagio de enfermedades peligrosas.

El manipulador de alimentos deberá estar capacitado para su labor, acreditado a través de un certificado o comprobante que lo habilite para sus tareas, porque la elaboración de alimentos y comidas en forma masiva requiere medidas de prevenciones sanitarias y hábitos seguros de manipulación. Los alimentos se contaminan por los microbios, organismos vivos capaces de alimentarse y reproducirse y cuya mayor cualidad es que son invisibles al ojo humano, por lo que se requiere de un microscopio para observarlos.

Los manipuladores de alimentos son todas aquellas personas que, por su actividad laboral, tienen contacto directo con los alimentos durante su preparación, fabricación, transformación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte, distribución, venta, suministro y servicio.

La adecuada manipulación de los alimentos, desde que se producen hasta que se consumen, incide directamente sobre la salud de la población. Está demostrada la

relación existente entre una inadecuada manipulación de los alimentos y la producción de enfermedades transmitidas a través de éstos. Las medidas más eficaces en la prevención de estas enfermedades son las higiénicas, ya que en lo mayoría de los casos es el manipulador el que interviene como vehículo de transmisión, por actuaciones incorrectas, en la contaminación de los alimentos.

El Manipulador de alimentos necesita conocer el proceso de preparación y conservación de alimentos y respetar las exigencias culinarias, sanitarias y nutritivas que permiten que el alimento llegue al consumidor en las mejores condiciones de calidad. Por esta razón y tratando de mejorar el nivel de los profesionales de este sector se exponen a continuación algunas ideas básicas.

Según el Código Alimentario Argentino, se reconoce como alimento a “toda sustancia o mezcla de sustancias naturales o elaboradas que, ingeridas por el hombre, aporten a su organismo los materiales y la energía necesarios para el desarrollo de sus procesos biológicos. La designación "alimento" incluye además las sustancias o mezclas de sustancias que se ingieren por hábito, costumbres, o como coadyuvantes, tengan o no valor nutritivo”.

Cuando se habla de higiene de los alimentos, se narra a todas aquellas acciones y procedimientos que deben realizarse para garantizar la inocuidad de los productos que se estén elaborando. Un alimento inocuo es aquel cuyo consumo no representa un peligro para la salud y la vida del consumidor. Para obtener un alimento inocuo, es necesaria la participación de todos los eslabones del proceso productivo. Los cuidados deben aplicarse desde la obtención de las materias primas, hasta la elaboración, transporte y expendio de los alimentos, así como en el consumo de los mismos.

“Los productos alimenticios ‘Libres de Gluten’ que se comercialicen en el país deben llevar, obligatoriamente impreso en sus envases o envoltorios, de modo claramente visible, el símbolo que figura a continuación y que consiste en un círculo con una barra cruzada sobre tres espigas y la leyenda “Sin T.A.C.C.” en la barra admitiendo dos variantes: a color o blanco y negro”. Ley Nacional 26.588, sancionada y reglamentada en mayo del 2011. Es importante conocer y cumplir las normas de higiene durante la manipulación de alimentos, porque así podremos garantizar la seguridad de éstos y evitar enfermedades de origen alimentario.

3.3. Justificación

La presente propuesta, “Diseño de una guía práctica para fomentar una nueva cultura de higiene, manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua, en el año 2016”, se justifica porque es de gran **interés** que los manipuladores de alimentos y bebidas en los restaurantes, promuevan nuevas prácticas que contribuyan a la salud alimentaria de las personas.

Este trabajo se lo justifica también, luego de haber concluido con la investigación en la cual se determinó que la manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua es muy deficiente, lo que repercute directamente en la escasa demanda de consumidores, por ende se llegó a la conclusión de que es necesario diseñar y aplicar una guía práctica sobre la correcta manipulación de los alimentos y bebidas, ya que es de vital importancia que los prestadores de servicios alimenticios conozcan que la forma correcta de como manipular los alimentos; con los antecedentes antes mencionados se justifica la validez de esta propuesta.

La manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua es de gran **importancia**, porque permite prevenir y disminuir las enfermedades transmitidas por incorrecta manipulación de los alimentos, es un problema que debe ser considerado en un ámbito de carácter social, tecnológico, económico, cultural y político; la salud y la vida de las personas dependen en gran parte de la calidad nutricional de los alimentos que consumen diariamente, la cual a su vez depende de la calidad higiénica y sanitaria a que estos son sometidos en toda la cadena productiva, desde el campo hasta la mesa del consumidor.

La higiene es una rama de medicina que estudia según (NAVASCUES, 2010) “una parte de las causas de las enfermedades y los métodos aptos para combatirlas, y por otra, todos los remedios que puedan aumentar las resistencias orgánicas con respecto a los factores morbígenas” (p. 3262).

Si bien la falta de higiene y de sanidad en el procesamiento y preparación de los alimentos es un problema que puede ocurrir en cualquier lugar del mundo, la incidencia de enfermedades causadas por los alimentos mal procesados o pobremente preparados es un problema crítico, severo y que se encuentra con más frecuencia en los países en vías de desarrollo, especialmente en el Ecuador, puntualmente en Manabí, donde la

escasa aplicación de medidas de higiene en la preparación de bebidas y alimentos ha desencadenado una alarmante incidencia de enfermedades.

Los **beneficiarios** directos de esta guía práctica para fomentar una nueva cultura de higiene, manipulación de los alimentos y bebidas, serán los manipuladores y empleados de los restaurantes del cantón Tosagua, quienes podrán contar con un manual que les permitirá desarrollar sus actividades de mejor manera, y también de manera indirecta se benefician los clientes y consumidores porque podrán recibir un mejor servicio.

Esta guía práctica, es **original**, puesto que todos los aportes que se plasman en la misma tienen exclusividad de autoría y se complementan con estudios de campo y bibliográficos, donde se respetan los derechos de los autores y se realizan aportes significativos que fortalecen la su aplicación con ideas propias e inéditas.

Es **factible** de aplicar la guía práctica porque se cuenta con las orientaciones y lineamientos metodológicos necesarios, puesto que los que el personal que se dedica a la manipulación de alimentos, podrá guiarse con una herramienta fácil y sencilla de usar, además la puesta en marcha de esta propuesta cuenta con el aval y la autorización de los propietarios y administradores de los restaurantes del cantón Tosagua.

3.4. Objetivos

3.4.1. Objetivo General

Diseñar una guía práctica para fomentar una nueva cultura de higiene, manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua, en el año 2016.

3.4.2. Objetivos Específicos:

- Proporcionar de una guía práctica a los manipuladores de alimentos y bebidas de los restaurantes del cantón Tosagua.
- Destacar la importancia de la aplicación de la guía práctica sobre la correcta manipulación de los alimentos y bebidas.
- Fomentar la afluencia de consumidores en los restaurantes del cantón Tosagua, a través de las buenas prácticas de atención al usuario.
- Monitorear constantemente la aplicación de una guía práctica a los manipuladores de alimentos y bebidas de los restaurantes del cantón Tosagua.
- Analizar los resultados a obtenidos con la aplicación de la guía práctica a los manipuladores de alimentos y bebidas de los restaurantes del cantón Tosagua.

3.5. Contenido Temático de la Propuesta:

Normas de higiene para el personal.- Al trabajar en un establecimiento de expendio de alimentos y bebidas el cuidado personal es clave en el equipo de trabajo ya que asegura que todos los productos que se oferten en el mismo no sean un riesgo para la salud del cliente y afecten a la imagen de la empresa. Por tal motivo, en esta propuesta se hace hincapié aplicar los siguientes procedimientos:

- **Limpieza de las manos.-** lavarse las manos es la principal de las normas de higiene personal que se debe cumplir.
- **Baño diario.-** es muy importante tanto para asegurar la salud de la propia persona y de las personas a las cuales sirva o prepare alimentos, debido a que los poros de la piel retienen bacterias que son eliminadas únicamente mediante el baño diario. Adicionalmente es recomendable el uso de desodorante y si se va a usar perfume y maquillaje que sea discreto.
- **Aseo corporal:** además de la higiene corporal, hay que prestar especial atención a las manos y al cabello. Las manos deben estar siempre limpias, las uñas cortas y sin esmalte para uñas, no se debe utilizar anillos, pulseras o cualquier objeto que pueda almacenar restos de alimentos. El cabello debe estar siempre limpio, recogido y cubierto con una cofia o un gorro de cocina.
- **Uso obligado del uniforme.-** siempre se debe usar el uniforme completo y limpio en el caso de los cocineros usar gorro que cubra el cabello completamente, las mujeres además portar malla y el cabello recogido. Los meseros por lo otro lado dependiendo si usan delantal o chaleco este debe ser de tela lavable y estar impecable, muchas veces un uniforme sucio deja una mala impresión en los clientes. Nunca se debe usar el uniforme fuera del lugar de trabajo.
- **Evitar movimientos y gestos que puedan denotar suciedad:** no se permite dentro de la cocina fumar, meter las manos en los bolsillos, mascar chicle, comer, tocarse la cara o el cabello, ya que estas actitudes son consideradas antihigiénicas.
- **Compostura:** las actitudes durante la jornada de trabajo deben ser las apropiadas. No se debe apoyar en las paredes, no sentarse en las mesas, no se debe jugar con las herramientas y equipos, al caminar con cuchillos en la mano tener precaución de llevarlos siempre con la hoja hacia abajo o boca arriba apoyado en el antebrazo.

- **Limpieza de las herramientas:** al terminar un trabajo se debe siempre limpiar el área de trabajo por seguridad e higiene.
- **Revisión y limpieza de otros utensilios:** se debe revisar los equipos periódicamente ya que muchas veces guardan suciedad en el interior. Las tablas de corte una vez que se han utilizado se deben lavar con detergente y abundante agua y colocarlas en los soportes especiales para ellas para evitar que se rocen unas con otras y así evitar la proliferación de gérmenes. El piso se debe limpiar cada que sea necesario, y se debe desinfectar todos los días. El orden y la limpieza dentro de una cocina es un factor muy importante para mantener una correcta inocuidad de los alimentos que allí se elaboran.

Las personas que manipulan alimentos deben lavarse las manos luego de realizar las siguientes actividades:

- Usar el baño.
- Manipular alimentos crudos (antes y después).
- Tocarse el cabello la cara o el cuerpo.
- Estornudar, toser o usar un pañuelo de papel o tela.
- Fumar, comer, beber o masticar chicle.
- Manejar productos químicos que puedan afectar la seguridad de los alimentos.
- Sacar basura o desechos.
- Tocar la ropa o delantal.
- Tocar cualquier otra cosa que pueda contaminar las manos, como equipo no sanitizado, superficies de trabajo o limpiadores.

Métodos de Limpieza y Desinfección. Se pueden realizar juntos o separados métodos físicos: fregando, calor, aspiradoras, aspiradoras o métodos químicos en los que se empleen detergentes, álcalis o ácidos. La forma en que debe realizarse la limpieza, depende principalmente de los siguientes parámetros:

- La naturaleza de la suciedad o mugre a eliminar.
- El tipo de superficie a limpiar.
- Los materiales empleados para la limpieza.
- El grado de dureza del agua.
- El grado de limpieza requerido.

- El proceso de limpieza consiste en:
- Eliminar residuos gruesos de las superficies
- Aplicar una solución detergente para desprender la capa de suciedad y de bacterias y mantenerlas en suspensión o solución
- Enjuagar con agua para eliminar la suciedad suspendida y los residuos de detergente
- Lavar en seco o aplicar otros métodos apropiados para quitar y recoger residuos y desechos
- Desinfectar posteriormente y enjuagar a menos que las instrucciones del fabricante indiquen con fundamento científico que no es necesario.

Las operaciones de limpieza y desinfección cuando se llevan en forma eficiente contribuyen a la calidad final del producto y a la salud del consumidor, para ello se debe mantener un programa de limpieza dentro de la empresa y para elaborarlo se tiene en cuenta lo siguiente:

- Superficies, elementos del equipo y utensilios que han de limpiarse
- Responsabilidad de tareas particulares
- Método y frecuencia de limpieza
- Medidas de vigilancia

3.6. Estructura de la guía metodológica

3.6.1. Métodos y Técnicas aplicar

3.6.1.1. Métodos:

3.6.1.1.1. Método Científico.

Permitirá explicar los fenómenos del problema, establecer relaciones con los hechos y permitirá obtener los conocimientos. A través de este método se trabajara de forma planificada en la búsqueda de soluciones para la correcta aplicación de la propuesta.

3.6.1.1.2. Método Analítico.

Permitirá analizar el problema y las posibles soluciones, descomponiéndolo en sus partes para la observación de sus causas, naturales y efectos. A través de este método se podrá conocer más el objeto de estudio y establecer las alternativas más adecuadas y viables para su solución.

3.6.1.2. Técnicas:

3.2.1. Técnica de Exposición.

Permitirá lograr los objetivos relacionados con el aprendizaje de un determinado tema en la que un especialista orientara oralmente sus conocimientos y los asistentes pudran reflexionar al respecto sobre lo que escuchan. Se utilizara una guía práctica y sencilla sobre la correcta manipulación de los alimentos y bebidas, para poder orientar adecuadamente a los manipuladores de alimentos.

3.2.2. Técnica de Debate.

Permitirá la interrelación entre el expositor y los manipuladores de alimentos sobre las temáticas a contestar preguntas que el expositor formule. Y posteriormente aclarar aquellos aspectos o tópicos que no hayan sido comprendidos, para no dejar dudas en los asistentes se realizara una retroalimentación de los temas con argumentación lógica en pro y en contra de una tesis. Además ayudara a desarrollar la agilidad mental.

3.7. Diseño organizativo de las actividades que validan la propuesta

- “Diseño de una guía práctica para fomentar una nueva cultura de higiene, manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua, en el año 2016” como alternativa de solución a la incorrecta manipulación de alimentos y bebidas.
- Socialización del diseño de la guía práctica para fomentar una nueva cultura de higiene, manipulación de los alimentos y bebidas.
- Planificación de las actividades a desarrollarse sobre el diseño de una guía práctica para fomentar una nueva cultura de higiene, manipulación de los alimentos y bebidas.
- Aplicación de la guía práctica para fomentar una nueva cultura de higiene, manipulación de los alimentos y bebidas.
- Evaluación de los resultados a obtener con la aplicación de la guía práctica para fomentar una nueva cultura de higiene, manipulación de los alimentos y bebidas.

3.8. Resultados esperados

Mediante la presente propuesta, “Diseño de una guía práctica para fomentar una nueva cultura de higiene, manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua, en el año 2016”, se pretende obtener los siguientes resultados:

- Promover buenas prácticas en la manipulación de alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua.
- Dotar a los manipuladores de alimentos de una guía práctica para fomentar una nueva cultura de higiene, manipulación de los alimentos y bebidas.
- Aplicar procedimientos prácticos y sencillos con la aplicación de la guía práctica para fomentar una nueva cultura de higiene, manipulación de los alimentos y bebidas
- Aumentar la demanda de consumidores y clientes en los restaurantes del cantón Tosagua.
- Satisfacer la demanda de consumidores y clientes en los restaurantes del cantón Tosagua.

3.9. CONCLUSIONES:

- Se concluye que en los restaurantes del cantón Tosagua los operadores de alimentos carecen de una guía prácticas de procedimientos operativos, la misma que es indispensable para poder desarrollar las actividades de los restaurantes, con mayor rapidez y facilidad.
- Se concluye también que es de vital importancia desarrollar un diagnóstico en los diferentes restaurantes del cantón Tosagua, ya que el mismo permite conocer cuáles son las principales falencias en la administración de los alimentos, y así poder establecer mecanismos y estrategias para fortalecer sus debilidades.
- Se concluye además que la mayoría de los operadores de alimentos de los restaurantes del cantón Tosagua no poseen los conocimientos básicos de seguridad alimentaria, lo que podría ocasionar en cualquier momento la transmisión de enfermedades poniendo en riesgo la salud de los clientes y la estabilidad de los restaurantes.
- Se concluye finalmente que se debe capacitar a los operadores de bebidas y alimentos de los restaurantes del cantón Tosagua, en conocimientos básicos sobre manipulación de alimentos y bebidas, ya que de esa forma se garantizara una adecuada manipulación de los alimentos y el correcto desempeño de las actividades diarias dentro de los restaurantes.

3.10. RECOMENDACIONES:

- Se recomienda que en los restaurantes del cantón Tosagua los operadores de bebidas y alimentos utilicen una guía prácticas de procedimientos operativos, la misma que es indispensable para la desarrollar las actividades de mejor manera.
- Se recomienda también que se desarrolle un diagnóstico periódicamente en los diferentes restaurantes del cantón Tosagua, a fin de conocer si la administración y manipulación de bebidas y alimentos es acertado o deficiente.
- Se recomienda además a los operadores de bebidas y alimentos de los restaurantes del cantón Tosagua que apliquen las medidas necesarias en lo que respecta a seguridad alimentaria, a fin de evitar poner en riesgo la salud de los clientes y la estabilidad de los restaurantes.
- Se recomienda finalmente que se capacite a los operadores de bebidas y alimentos de los restaurantes del cantón Tosagua, en conocimientos básicos sobre manipulación de alimentos y bebidas, a fin de que se garantice una adecuada manipulación de los alimentos y el correcto desempeño de los empleados.

3.11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALET, J. (2010). "Marketing Directo Integrado". Editorial Gedisa. España. (p.250). .
- ÁLVAREZ. (2012). Introducción a la calidad: Aproximación a los sistemas de gestión y herramientas de calidad. España.: Primera edición. ideas propias editorial.
- ALZAA, M. Á. (2010). "Tres Pasos Esenciales para Vender Servicios".
- ÁLZATE, J. (2008). "Guía profesional de cocina". Primera Edición, Barcelona España.
- ANDERSON. (2012). "Administración de Ventas". . Editorial Quipus. Quito-Ecuador. .
- ANIORTE, N. (2013). *Servicios de Calidad*.
- ANVISA. (2010). "Legislação em Vigilância Sanitária". Brasília: <http://www.anvisa.gov.br>. Acesso em: 05 de agosto de 2010 Arruda.
- AREVALO, R. (2010). "Comportamiento del Consumidor". . Editorial Norma. Quito-Ecuador.
- ARMENDÁRIZ, J. (2008). Seguridad e Higiene en la Manipulación de Alimentos. . Editorial Paraninfo.
- ARMSTRONG, K. (2010). "Marketing". Nacea Ediciones.
- ARRUDA, G. A. (2009). "Implantando cualidades nos restaurantes de colectividades". *Revista Nutricio en Pauta 7(35): 100-103*.
- ABARRERO, V. (2010). "Satisfacción del cliente en el servicio". .
- BOYD, W. (2010). "Marketing Estratégico".
- CÁCELA, J. (2008). *Los jóvenes, la educación y el trabajo en América Latina. Nuevos temas, debates y dilemas*. . Obtenido de http://www.productividad.org.mx/pdf/221_Los_jovenes_la_educacion_y_el_trabajo.pdf
- CAMPOS, V. F. (2009). "Controle de qualidades total (no estilo japonés)". Editora de Desenvolvimento Gerencial, Belo Horizonte.
- CARITZER. (2013). *El consumo humano*. Obtenido de <http://www.youtube.com/watch?v=v1KLCXHLi98>

- CARRIZALES, R. (2011). “Imagen y Marketing Personal”. Editorial Palomino. Lima-Perú.
- CASTELLI, G. (2010). “Administración hotelera”. Educs, Caxias do Sul.
- CASTELLI, G. (2010). “Excelencia en hotelería: una abordaje práctica”. . Qualimark, Rio de Janeiro .
- CHIAVENATO, I. (2009). “Introducción a la Teoría General de la Administración”. Colombia: Editorial Mc Graw Hill.
- DESATRICK, R. (2009). “Cómo conservar su Clientela. El Secreto del Servicio”. . Editorial Legis IESA. .
- ETZEL, W. S. (2010). “Fundamentos del Marketing”.
- FELIPE, T. C., & FELIPE GALLEGO, J. (2014). Manual de Higiene y Seguridad Alimentaria en Hostelería.
- FIGUEIREDO, R. M. (2013). “As armadilhas de uma cozinha”. Manole, São Paulo.
- FISCHER, R. (2010). ”Manual de Servicio para Hoteles y Restaurantes”.
- FRED, D. (1999). “Conceptos de Administración Estratégica”. Editorial Assitant. México. .
- GERMANO, P. M., & GERMANO, M. I. (2013). “Higiene vigilancia sanitaria de alimentos”. Varela, São Paulo.
- GONZÁLEZ, F. (2009). “Evaluación de la Calidad del servicio”.
- GOODSTEIN, N., & PFEIFFER. (2012). “Servicio al Cliente”,.
- GRAMULHA, D. M., & BATTISTI, E. (2009). “*Buenas prácticas de fabricación: Enfoque na importancia do treinamento de manipuladores*”. Obtenido de www.nutrinews.com.br.
- GRAMULHA, D. M., Battisti, E., Ost, P. R., Moura, P. N., & Alborgheti, G. (2010). “Boas práticas de fabricação: Enfoque na importância do treinamento de manipuladores”. www.nutrinews.com.br. Acesso em: 05 de Agosto de 2010 .
- HALL, P. K. (2010). “Marketing Global”. .

- HELLER, M. (2009). “Los Cuatro Pilares de una Venta Exitosa”. .
- HOROVITZ, J. (2007). “La Calidad del Servicio. A la Conquista del Cliente”. .
Editorial Mc Graw Hill. Madrid. 339 .
- HOROVIZ, T., & JURGENS, M. (2013). “La Satisfacción Total del Cliente”. .
- JOHNSON, M. W. (2009). “Administración de Ventas”. .
- MENEZES., P. D., BALDUINO, B. C., BALDUINO, J. C., & VASCONCELOS, A. C. (2009). “Qualidade e segurança alimentar nos restaurantes de Mamanguape – PB.” Atividade turística e as potencialidades de novos destinos: Seleção dos melhores trabalhos apresentados no segundo Fórum Internacional de Turismo do Iguassu. Pólo Iguassu Feiras & Even.
- MSP. (2010). “Manual integrado de prevenção e controle de doenças transmitidas por alimentos”. Secretaria de Vigilância em Saúde. .
http://portal.saude.gov.br/portal/arquivos/pdf/manual_dta.pdf, Acesso em: 12 fev 201 .
- MUNHOZ, P. M., PINTO, J. P., & BIONDI, G. F. (2008). “Conhecimento sobre boas práticas por parte dos manipuladores de alimentos na rede municipal de ensino û Botucatu, SP”. São Paulo: Revista Higiene Alimentar.
- MUÑÍZ, R. (2012). “El INTERNET y el Marketing”.
- MUÑOZ, P. M., & PINTO, J. P. (2009). “Conocimiento sobre boas práticas por parte dos manipuladores de alimentos na rede municipal de ensino û Botucatu, SP”.
Revista Higiene Alimentar, São Paulo 22(166/167): 29-31.
- NAVASCÚES, J. (1965). Enciclopedia Salvat para todos. . Monitor. Tomo 7. Pamplona, España: Arrieta.
- OLIVEIRA, A. M., & GONZALES, M. O. (2014). “Manipulador de alimentos: un factor de risco”. . *Revista Higiene Alimentar, São Paulo 17(115): 13-19.*
- OLIVEIRA, A. M., Gonçalves, M. O., Shinohara, N. K., & Stamford, T. L. (2014). “Manipulador de alimentos: um fator de risco”. São Paulo : Revista Higiene Alimentar.

- PÉREZ, V. (2010). *Calidad total en la Atención al Cliente: Pautas para garantizar la excelencia en el Servicio*. España: Primera edición. ideas propias editorial.
- PORTER, M. (2009). "Estrategia Competitiva". Editorial .CECSA. .
- QUIJANO, V. M. (2011). "Calidad en el Servicio".
- RDC, 2. N.-1.-2. (2010). "Dispões sobre o Regulamento Técnico de Procedimentos Operacionais Padronizados aplicados aos Estabelecimentos Produtores/ Industrializadores de Alimentos e a Lista de Verificação das Boas Práticas de Fabricação em Estabelecimentos Produtores/ Industriais. http://www.abic.com.br/arquivos/leg_resoluçã0275_02_ anvisa.pdf. Acesso em 05/08/2011.
- RESOLUCION, 2. (s.f.). "*Dispones sobre o Reglamento Técnico de Procedimientos Operaciones Adonizados aplicados a los Estabelecimientos Produtores/ Industrializadores de Alimentos*."
- RIEDEL, G. (2015). "Controle sanitário dos alimentos". Atheneu, São Paulo.
- RODRÍGUEZ, M. (2010). "Atención al Cliente". .
- RTPOP. (2012). "Dispões sobre o Regulamento Técnico de Procedimentos Operacionais Padronizados aplicados aos Estabelecimentos Produtores/ Industrializadores de Alimentos e a Lista de Verificação das Boas Práticas de Fabricação. 21-10-2012, RDC N° 275.
- SENAI. (2011). Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial. En ". p. fabricação".
- SENDON, I. (2007). "Higiene y manipulación de alimentos". Argentina.: Primera Edición,.
- SENDON, I. (2008). Higiene y manipulación de alimentos. Primera Edición, Argentina.
- SILVA JÚNIOR, E. A. (2012). "Manual de controle higiênico - sanitario en alimentos". Librería Varela, São Paulo.
- SPOLSKY, J. (2010). "Siete Pasos para un Notable Servicio al Cliente".
- VARTULI, A. (2008). Ventajas de atender mejor al cliente. <http://www.serviciosyclientes.com.ar/notas/articulo.php?art=19> .

VERDÚ, C. (2013). 13 Características Personales para el Éxito en la Atención al Cliente. <http://clientelandia.wordpress.com/2013/03/20/13-caracteristicas-personales-para-el-exito-en-la-atencion-al-cliente/>.

WELLINGTON, P. (2007). Cómo Brindar un Servicio Integral de Atención al Cliente. Kaizen. . Editorial Mc Graw Hill. Caracas. .

WHITELEY, R. (2002). La integración cliente - empresa: las cinco mejores estrategias para lograr el éxito en los negocios con los clientes. . México: Editorial.

ANEXO

ANEXO N° 1



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE
MANABÍ**

EXTENSIÓN CHONE

**CARRERA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA**

FORMULARIO DE ENCUESTA

Dirigida: A los propietarios y administradores de los restaurantes del cantón Tosagua

Objetivo: Diagnosticar la manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua para conocer la demanda de los consumidores.

Instrucciones: Mucho agradeceré se sirva responder con sinceridad marcando con una x dentro del paréntesis de la alternativa de su elección.

DATOS INFORMATIVOS:

Lugar y fecha:.....

Ubicación: **Rural:** () **Urbana:**(x) **Urbana marginal:** ()

Barrio/Recinto: **Parroquia:** Tosagua **Cantón:** Tosagua

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS:

1. ¿Cree usted que las buenas prácticas higiénicas en la manipulación de alimentos son fundamentales?

- a) SI () b) NO ()

2. ¿Considera usted que es la manipulación de los alimentos y bebidas en su restaurante?

a) MUY BUENA ()

b) BUENA ()

c) REGULAR ()

d) DEFICIENTE ()

3. ¿Con que frecuencia se capacita al personal que se dedica a la manipulación de alimentos y bebidas de este restaurante?

a) SIEMPRE ()

b) A VECES ()

c) NUNCA ()

4. ¿En este se restaurantes se promueven las práctica de higiene personal?

- a) SI () b) NO ()

5. ¿Cuál de estos aspectos considera más importante para la adecuada manipulación de los alimentos?

a) PREPARACIÓN

b) CONSERVACIÓN

c) PRESENTACIÓN

d) HIGIENE

6. ¿Cómo considera ud la demanda de los consumidores en este restaurante?

a) MUY BUENA ()

b) BUENA ()

c) REGULAR ()

d) DEFICIENTE ()

7. ¿Utiliza usted estrategias para aumentar la demanda de los consumidores en este restaurante?

a) SI () b) NO ()

8. ¿Cree usted que los consumidores se sienten satisfechos por la atención brindada en este restaurante?

a) SI () b) NO ()

9. ¿Con que frecuencia los consumidores vuelven a este restaurante?

a) SIEMPRE ()

b) A VECES ()

c) NUNCA ()

10. ¿Está de acuerdo que con la aplicación de un manual sobre la correcta manipulación de los alimentos y bebidas se podrá aumentar la demanda de los consumidores?

a) SI () b) NO ()

Muchas gracias por su colaboración

ANEXO N° 2



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE
MANABÍ**

EXTENSIÓN CHONE

**CARRERA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA**

FORMULARIO DE ENCUESTA

Dirigida: A los consumidores o clientes de los restaurantes del cantón Tosagua

Objetivo: Diagnosticar la manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua para conocer la demanda de los consumidores.

Instrucciones: Mucho agradeceré se sirva responder con sinceridad marcando con una x dentro del paréntesis de la alternativa de su elección.

DATOS INFORMATIVOS:

Lugar y fecha:.....

Ubicación: Rural: () Urbana:(x) Urbana marginal: ()

Barrio/Recinto: Parroquia: Tosagua Cantón: Tosagua

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS:

1. ¿Cree usted que en este restaurantes se promueve las buenas prácticas higiénicas en la manipulación de los alimentos?

a) SI () b) NO ()

2. ¿Cómo considera usted que es la manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua?

- a) MUY BUENA ()
- b) BUENA ()
- c) REGULAR ()
- d) DEFICIENTE ()

3. ¿Cree usted que el personal que labora en este restaurante esta capacita en manipulación de alimentos y bebidas?

- a) SI ()
- b) NO ()

4. ¿En este restaurantes se pone en práctica la higiene personal?

- a) SI ()
- b) NO ()

5. ¿Está de acuerdo que la manipulación de los alimentos en este restaurante es la adecuada para su preparación, conservación y consumo?

- a) SI ()
- b) NO ()

6. ¿Cómo considera la atención ofertada en este restaurante?

- a) MUY BUENA ()
- b) BUENA ()
- c) REGULAR ()
- d) DEFICIENTE ()

7. ¿Cuál de estas estrategias utilizan los empleados de este restaurante para que usted revuelva?

- a) BUENA ATENCIÓN
- b) PRECIOS MÓDICOS

8. ¿Se sienten usted satisfechos por la atención brindada en este restaurante?

- a) SI ()
- b) NO ()

9. ¿Con que frecuencia vuelven usted a este restaurante?

- a) SIEMPRE ()
- b) A VECES ()
- c) NUNCA ()

10. ¿Está de acuerdo que en este restaurante se le brinda una atención de calidez y calidez?

- a) SI ()
- b) NO ()

Muchas gracias por su colaboración.

ANEXO N° 3



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE
MANABÍ**

EXTENSIÓN CHONE

**CARRERA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA**

FORMULARIO DE ENTREVISTA

Dirigida: A María Fernanda Buzzeta – Chef Nacional e Internacional

Objetivo: Diagnosticar la manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua para conocer la demanda de los consumidores.

Instrucciones: Mucho agradeceré se sirva con sinceridad y honestidad responder a cada una de las interrogantes que formula la siguiente entrevista, de su respuesta y contestación dependerá el éxito de la misma.

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS:

1. ¿De qué manera se debe promover las buenas prácticas higiénicas en la manipulación de los alimentos?

.....
.....
.....

2. ¿Cómo es la manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua?

.....
.....
.....

3. ¿Qué tan necesarios es capacitar al personal del restaurante en manipulación de alimentos y bebidas?

.....
.....
.....

4. ¿Qué estrategias utilizar para poner en práctica la higiene personal en los restaurantes?

.....
.....
...

5. ¿Cuál es la adecuada preparación, conservación de los alimentos y bebidas para el consumo humano?

.....
.....
.....

6. ¿Cómo se debe atender a los consumidores para aumentar la demanda en los restaurantes?

.....
.....
.....

7. ¿Qué estrategias aplicar para desarrollar los restaurantes?

.....
.....
.....

8. ¿Cómo hacer para que los consumidores se sienten satisfechos por la atención brindada?

.....
.....
.....

9. ¿Cuáles son los factores que se deben de tomar en cuenta para que los consumidores vuelven a los restaurantes?

.....
.....
.....

10. ¿Cómo brindar una atención de calidad y calidez a los consumidores?

.....
.....
.....

Muchas gracias por su colaboración

ANEXO N° 4



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE
MANABÍ**

EXTENSIÓN CHONE

**CARRERA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA**

Tabla N° 1.5.

OBSERVACIÓN CIENTÍFICA	
Objetivo específico de la observación:	Diagnosticar la manipulación de los alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón Tosagua para analizar la demanda de los consumidores.
Tiempo y frecuencia:	Tres días (Lunes, Miércoles y Viernes)
Investigadoras:	Cevallos Cedeño Ángela Yomaira Párraga Zambrano Francisco Gregorio
Cantidad de la población:	30 Prestadores de servicios
Tipo de observación:	Observación Directa

N°	Indicadores Cualitativos/Criterios de evaluación	Frecuencia:	
		Si	No
01	Lavan los alimentos crudos		
02	Utilizan gorro al momento de cocinar		
03	Usan guantes al momentos de preparar las bebidas		
04	Usan pañuelos al estornudar		
05	Tocan el delantal con las manos		
06	Usan las uñas cortas		
07	Brindan una atención de calidad y calidez		
08	Motivan a los clientes		
09	Brindan algo adicional a los clientes		
10	Demuestran cordialidad y educación		

Fuente: *Equipo de investigadores (2017)*

ANEXO N° 5

Momentos en que los egresados de la carrera Licenciatura en Administración Turística y Hotelera, realizaron las encuestas a los propietarios y administradores de los restaurantes del cantón Tosagua.



ANEXO N° 6

Momentos en que los egresados de la carrera Licenciatura en Administración Turística y Hotelera, realizaron las encuestas a los consumidores o clientes de los restaurantes del cantón Tosagua.



ANEXO N° 7

Momentos en que los egresados de la carrera Licenciatura en Administración Turística y Hotelera, realizaron la entrevista a María Fernanda Buzzeta - Chef Nacional e Internacional.

