



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA  
SECCIÓN DE POSGRADO**

**LA GESTIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LOS  
ESTABLECIMIENTOS DE COMIDA AMBULATORIA  
PARTICIPANTES DEL CONCURSO “CEVICHE CON  
SENTIMIENTO”, 2014**

**PRESENTADA POR  
ROGER ISAÍAS SICLLA RODRÍGUEZ**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN  
CIENCIAS GASTRONÓMICAS**

**LIMA – PERÚ**

**2015**



**Reconocimiento - No comercial - Compartir igual  
CC BY-NC-SA**

El autor permite entremezclar, ajustar y construir a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



# USMP

UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES  
SECCIÓN POSGRADO DE LA ESCUELA DE TURISMO

TESIS

LA GESTIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LOS  
ESTABLECIMIENTOS DE COMIDA AMBULATORIA

PARTICIPANTES DEL CONCURSO

“CEVICHE CON SENTIMIENTO”, 2014.

PARA OPTAR EL GRADO DE:

MAGÍSTER EN CIENCIAS GASTRONÓMICAS

AUTOR

LIC. ROGER ISAÍAS SICLLA RODRÍGUEZ

Asesor:

Dra. Martha Alicia Romero Echevarría

LIMA - PERÚ

**2015**



## **DEDICATORIA**

A mis padres, Rosa y Andrés por su inmenso amor, por darme la vida, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien y por el apoyo cuando lo necesite.

A mi bella esposa Carmen por su amor incondicional, paciencia y comprensión, prefirió sacrificar su tiempo para que yo pudiera cumplir con el mío, gracias por estar siempre a mi lado.

## AGRADECIMIENTOS

A Dios, por responder a mis oraciones, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A la Universidad de San Martín de Porres, por promover espacios educativos para el desarrollo de las ciencias gastronómicas que es tan importante en nuestra sociedad.

A las autoridades por darnos la facilidad e impulsar el espíritu investigador en sus docentes, por darnos los recursos, herramientas y asesoramiento para el desarrollo de la presente investigación.

A mi asesora la Doctora Martha Alicia Romero Echevarría, por la colaboración, paciencia y apoyo constante brindado durante este tiempo en la realización de la presente investigación.

A los participantes del concurso “Ceviche con sentimiento” y al público consumidor que colaboraron en la realización de las encuestas, de manera voluntaria y desinteresada.

## ÍNDICE

|   | Página |
|---|--------|
| Carátula  | i      |
| Dedicatoria   | ii     |
| Agradecimiento                                      | iii    |
| Índice  | iv     |
| Resumen   | viii   |
| Abstract  | ix     |
| Introducción  | 10     |
| Descripción de la realidad problemática             | 12     |
| Problemas de investigación                          | 13     |
| Objetivos de la investigación                       | 14     |
| <b>Capítulo I: Marco teórico</b>                    | 16     |
| 1.1 Antecedentes de la investigación                | 16     |
| 1.1.1 Antecedentes internacionales                  | 16     |
| 1.1.2 Antecedentes nacionales                       | 18     |
| 1.2 Bases teóricas                                  | 19     |
| 1.2.1 Gestión de alimentos y bebidas                | 19     |
| 1.2.1.1 La Restauración                             | 21     |
| El Restaurante                                      | 22     |
| Manejo de alimentos y bebidas                       | 23     |
| Atención al cliente                                 | 24     |
| 1.2.1.2 Saneamiento en la manipulación de alimentos | 32     |
| Trazabilidad  | 33     |
| Contaminación de los alimentos                      | 35     |
| Normas HACCP  | 44     |
| 1.2.1.3 Equipamiento                                | 51     |
| Menajes   | 52     |
| Baterías  | 53     |

|  |           |
|--|-----------|
| Utensilios   | 54        |
| 1.2.2 Establecimientos de comida ambulatoria                               | 55        |
| 1.2.2.1 El comercio informal   | 56        |
| Actividades informales   | 57        |
| Ambulantes   | 58        |
| La venta de comida ambulatoria   | 60        |
| 1.2.2.2 Las Tecnologías apropiadas para la venta de alimentos ambulatorios | 64        |
| Aspectos críticos en las condiciones mínimas de seguridad alimentaria      | 65        |
| Filtros de agua para puestos ambulantes                                    | 68        |
| Conservadores para alimentos y equipamiento del comercio ambulatorio       | 69        |
| 1.2.2.3 Las Costumbres populares relacionadas con la cocina peruana.       | 73        |
| Antecedentes históricos  | 74        |
| Tradiciones  | 76        |
| Celebraciones populares  | 79        |
| <b>Capítulo II: Hipótesis y variables de la Investigación</b>              | <b>83</b> |
| 2.1 Formulación de hipótesis   | 83        |
| 2.1.1 Hipótesis general  | 83        |
| 2.1.2 Hipótesis específicas  | 83        |
| 2.2 Definición Operacional   | 84        |
| 2.3 Definición Conceptual  | 85        |
| <b>Capítulo III: Metodología de la investigación</b>                       | <b>90</b> |
| 3.1 Diseño metodológico  | 90        |
| 3.1.1 Tipo de investigación  | 90        |
| 3.1.2 Diseño   | 91        |
| 3.1.3 Nivel de profundidad   | 92        |

|                                |   |     |
|--------------------------------|---|-----|
| 3.1.4                          | Método de investigación   | 92  |
| 3.2                            | Técnicas de recolección de datos  | 93  |
| 3.2.1                          | Técnicas de recolección de la información   | 93  |
| 3.2.2                          | Instrumentos de recolección de datos  | 94  |
| 3.2.2.1                        | Ficha técnica   | 95  |
| 3.2.2.2                        | Validez y confiabilidad de los instrumentos   | 96  |
| 3.3                            | Técnicas estadísticas en el procesamiento de la información   | 97  |
| 3.4                            | Diseño muestral   | 98  |
| 3.4.1                          | Población   | 98  |
| 3.4.2                          | Muestra   | 100 |
| 3.5                            | Aspectos éticos   | 101 |
| <b>Capítulo IV: Resultados</b> |   | 103 |
| 4.1                            | Presentación de resultados descriptivos   | 103 |
| 4.1.1                          | Presentación e interpretación de resultados Cualitativos del instrumento aplicado a los dueños de los establecimientos participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”           | 103 |
| 4.1.2                          | Presentación e interpretación de resultados Cuantitativos del instrumento aplicado al público consumidor de los establecimientos participantes del concurso “Ceviche con sentimiento” | 113 |
| 4.1.3                          | Prueba de Hipótesis   | 127 |
| 4.1.3.1                        | Hipótesis General   | 127 |
| 4.1.3.2                        | Hipótesis Específicas   | 129 |
| 4.2                            | Análisis y discusión de los resultados  | 137 |
| <b>Conclusiones</b>            |   | 152 |
| <b>Recomendaciones</b>         |   | 154 |
| <b>Fuentes de información</b>  |   | 156 |
| <b>Anexos</b>                  |   | 161 |



ANEXO 1: Matriz de Consistencia

ANEXO 2: Matriz de dimensiones e indicadores

ANEXO 3: Encuestas

ANEXO 4: Informe del Juicio de Expertos

ANEXO 5: Modelo Mejorado tipo mueble para venta callejera de Ceviches

ANEXO 6: Figura 22

ANEXO 7: Plan de negocio: Barra Cevichera



## RESUMEN

El presente trabajo de investigación busca establecer el tipo de relación que existe entre la Gestión de alimentos y bebidas y la comercialización de alimentos ambulatórios en los participantes del concurso “Ceviche con sentimiento” organizado por reconocido Chef y empresario Gastón Acurio.

La Gestión de alimentos y bebidas es muy importante para la comercialización de alimentos, especialmente para los que se encuentran ubicados en la vía pública, ya que en dicha gestión se encuentra una buena organización, así como un adecuado saneamiento y manipulación de los alimentos para evitar la contaminación, de la misma manera se considera también el equipamiento, es decir los utensilios e implementos a utilizar para una comercialización que reúna todas las normas de seguridad alimentaria y la atención al cliente que incluyen las normas de cortesía, el buen trato y amabilidad que necesita todo establecimiento.

La investigación es cuantitativa de diseño no experimental, de tipo descriptivo – correlacional, en la que se ha establecido la relación entre dos variables y sus respectivas dimensiones.

La investigación lleva a la conclusión que existen muchos establecimientos que no cumplen con los requisitos de una buena gestión, por otro lado el público consumidor reconoce que podría afectar su salud, lo siguen consumiendo por varios motivos, especialmente por el precio y sabor. Por ello es necesario involucrar a los órganos de control para mejorar la organización, planificación y control en la gestión de los alimentos y bebidas en los establecimientos de comida ambulatória.

**Palabras Claves:** alimentos, saneamiento, equipamiento, trazabilidad, contaminación cruzada, comercio informal, ambulantes, venta de comida en la vía pública.

## ABSTRACT

This research seeks to establish the type of relationship between the food and beverage management and marketing of foods outpatient contest participants "Ceviche with feeling" organized by renowned chef and entrepreneur Gaston Acurio.

Management of food and drink is very important for the marketing of food, especially for those who are located in the street, because in such management is a good organization and adequate sanitation and food handling to avoid pollution, in the same way is also considered equipment, ie utensils and tools used for marketing that meets all standards of food safety and customer service including the rules of courtesy, good treatment and kindness you need any establishment.

Research is not quantitative experimental design, descriptive - correlational, in which is established the relationship between two variables and their respective dimensions.

The investigation leads to the conclusion that there are many establishments that do not meet the requirements of good management, on the other hand the consuming public recognizes that could affect your health, they still consuming for several reasons, especially for the price and taste. It is therefore necessary to involve the supervisory bodies to improve the organization, planning and control in the management of food and beverage establishments ambulatory food.

**Keywords:** food, sanitation, equipment, traceability, cross-contamination, informal trade, street, selling food on the street.

## INTRODUCCIÓN

En estos tiempos la Gastronomía Peruana viene siendo elogiada y tiene un crecimiento notable, hay eventos en los cuales se congrega a gran cantidad de público para poder disfrutar de novedosos potajes, pero así como los sabores son importantes también lo es una buena atención que complementa un buen sabor.

El Perú, como país pluricultural tiene muchas costumbres, entre ellas la venta ambulatoria de alimentos, la cual por ser informal, no tiene una gestión adecuada, no hay buenas prácticas de sanidad de los alimentos y hay riesgos en la salud de los consumidores, es por ello que con la presente investigación se pretende contribuir, dando a conocer como una buena gestión de alimentos y bebidas influye en el mejoramiento de la venta de alimentos ambulatorios.

En PROMPERÚ encontramos un dicho popular:

*“Hay sabores para todos los bolsillos”.*

En Perú es una frase popular, con frecuencia muy utilizada, pero lamentablemente no toma en cuenta las consecuencias que puede traer para la salud comer “rico”, en cualquier lugar.

Muchas veces las personas al caminar por los diferentes distritos de Lima, pueden apreciar cómo el comercio ambulatorio va creciendo día a día, en especial, el dedicado a la comercialización de alimentos, en los diferentes departamentos y en Lima Metropolitana así como en muchos de sus distritos. Las razones son muchas para su consumo, entre ellas: el precio, ya que hay una

variedad de alimentos que se venden a precios mínimos, como popularmente se dice, otra razón es la accesibilidad, ya que la venta de estos potajes se da en cualquier lugar, tales como: losas deportivas (después de un partido de futbol), en las calles y avenidas transitadas, en el exterior de fábricas y empresas de todo rubro, en los eventos como el desfile militar y en muchos otros lugares, y así en la presente investigación se mencionan otras “justificaciones” para la existencia de la venta ambulatoria de comida.

Por ello, la presente investigación pretende analizar e investigar cómo una adecuada gestión de alimentos y bebidas podría mejorar la venta de alimentos ambulatorios y disminuir los riesgos de enfermedades en el consumo, en población de la ciudad capital.

Los capítulos de la presente tesis van describiendo de forma ordenada todo el procedimiento de construcción de la metodología que se propone, y que servirá para obtener los resultados que permitan determinar si existe una relación entre la gestión de alimentos y bebidas con el comercio ambulatorio y la preferencia del público consumidor de los establecimientos de los participantes del concurso ceviche con sentimiento, así tras el planteamiento del problema, marco teórico (capítulo I), en el capítulo II se presentan las hipótesis y variables de investigación, posteriormente en el capítulo III referido al diseño metodológico, posteriormente en el capítulo IV, se presentan y discuten los resultados, y finalmente las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

## **Descripción de la realidad problemática**

El comercio de alimentos ambulatorios se encuentra en diferentes lugares y con concurrencia masiva y está ligado a las costumbres populares, entre ellas las fiestas y celebraciones costumbristas, por ejemplo, en el mes de octubre a lo largo del desplazamiento de la procesión del Señor de los Milagros, es tradicional encontrar en las calles del centro histórico de Lima una gran cantidad de venta ambulatoria de anticuchos, picarones y los infaltables turrone de doña Pepa.

Por la forma en que surgen y se posicionan de las calles los vendedores informales se hace imposible que las autoridades controlen y midan los riesgos para tomar medidas sanitarias. La falta de una buena gestión y un control en los alimentos expuestos a la contaminación pone en riesgo la aparición de posibles enfermedades, pudiendo verse afectada la salud de los consumidores.

Gastón Acurio, reconocido chef peruano, realizó el proyecto gastronómico llamado “Ceviche con sentimiento”, en el cual se buscaba al mejor cevichero de carretilla de toda Lima Metropolitana, al ganador de este concurso se le iba premiar con el apoyo y financiamiento integral para tener un negocio formal y sostenible, todos los participantes recibieron una capacitación en diferentes temas, relacionados a las buenas prácticas de manipulación de alimentos, higiene personal, almacenamiento, compras de productos, atención a los clientes, nutrición y otros, lo cual servirían a los concursantes aumentar su clientela, manejar mejor sus productos, preparar el mejor ceviche, si no también crecer, para plantearse nuevos objetivos.

Para este proyecto Gastón Acurio realizó dos anuncios convocando al público a contar cuáles son y de dónde se ubican los mejores ceviches de

carretilla en todos los distritos de Lima. Con estos datos se inició un proceso de evaluación y de selección de los finalistas, para elegir al ganador se tuvieron en cuenta varias características y cualidades como son: vocación de servicio, sencillez, humildad y ganas de salir adelante además de su talento y buena sazón.

Si bien el sabor es importante, las medidas sanitarias y el control de los alimentos, deben tener una mayor prioridad, ya que al consumir alimentos expuestos a la contaminación del ambiente, pone en riesgo la salud, ya que podrían enfermarse, al consumir alimentos en la vía pública no se miden los riesgos y no existe un control por parte de las autoridades para velar por la salud de la población.

Por lo anteriormente expuesto lleva a formula la pregunta de investigación:

### **Problema General**

¿Cuál es la relación que se establece entre la Gestión de Alimentos y Bebidas en el comercio ambulatorio y la preferencia del público consumidor de los establecimientos de los participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014?

### **Problemas Específicos**

- ¿En qué medida el estado de higiene en la manipulación de alimentos y bebidas está relacionada con la preferencia del consumidor de los establecimientos participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014?

- ¿De qué manera las técnicas de limpieza e higiene de equipos e instalaciones se relacionan con la preferencia de los consumidores de alimentos en los establecimientos participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014?
- ¿De qué manera la calidad de atención del personal tiene relación con la satisfacción del consumidor de alimentos de los establecimientos de participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014?

### **Objetivo General**

Determinar la relación que existe entre la Gestión de Alimentos y Bebidas que se realiza en el comercio ambulatorio y la satisfacción del público consumidor de los establecimientos de participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014.

### **Objetivos Específicos**

- Determinar la relación que existe entre el estado de higiene en la manipulación de alimentos y bebidas y la preferencia del consumidor de los establecimientos participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014.
- Determinar el estado de las técnicas de limpieza e higiene de equipos e instalaciones y su relación con la preferencia por el consumo de alimentos en los establecimientos participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014.



- Determinar la calidad de atención del personal y la relación que tiene con la satisfacción del consumidor de alimentos de los establecimientos de participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014.





## **CAPÍTULO I**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **1.1. Antecedentes de la Investigación**

La presente investigación es inédita, ya que la Universidad de San Martín de Porres es la pionera en la apertura del programa de Maestría en Turismo con mención en Ciencias Gastronómicas en el Perú, y a la fecha no existen tesis de posgrado relacionadas con la gestión de alimentos y bebidas y su relación con el comercio ambulatorio, por lo cual presento las siguientes investigaciones que han servido de base para la realización del presente estudio.

##### **1.1.1 Antecedentes internacionales**

Contreras (2007), realizó la investigación “Necesidades del Comercio al por Menor en Celaya”, cuyo objetivo fue explorar y conocer las necesidades del sector Comercio al por Menor en Celaya, para proponer con base en ellas una serie de estrategias para el desarrollo de los pequeños y micro negocios en la región, entre ellos el comercio

ambulatorio, las sugerencias de mejora se dieron en tres ámbitos de acción: unidades económicas, a través del gremio (CANACO) y por último a través del gobierno.

La metodología utilizada es la investigación de campo, levantando por medio de una encuesta de preguntas abiertas sobre las cinco necesidades principales que tienen cada una de las unidades de este sector, acompañada de comentarios dados por los dueños o encargados de los locales encuestados, así como de observaciones dadas por el encuestador.

Las propuestas son:

1. Asignar áreas fijas y temporales (tianguis) adecuadas al comercio informal. Con figura fiscal adecuada.
2. Crear y fomentar nuevos “mercados populares” como espacios conjuntos que permiten organizar el comercio, minimizar costos a las familias, concentrar servicios, etcétera.
3. Organizarlo (no por liderazgos o partidos) sino por organizaciones autogestivas dentro de un esquema social.
4. Se les condicione su participación a la formalidad: registro, pago de impuestos y declaraciones, claridad en las transacciones económicas.
5. Se articulen con los productores directos regionales, para que no solo sean las grandes empresas las que ganen del comercio en los tianguis. Esto fortalecería mucho a la planta productiva regional.

Otra referencia son las investigaciones de Felipe (2001), en su publicación denominada “Gestión de alimentos y bebidas para hoteles, bares y restaurantes”. El autor ofrece en este libro un panorama amplio sobre las nuevas ofertas de Restauración que exigen nuevos conocimientos y planteamientos para la gestión, donde las franquicias, el todo incluido, los restaurantes temáticos o de cocina creativa generan estilos de dirección muy diferentes a aquéllos que, en tiempos recientes, se estaban utilizando.

Finalmente, también se puede hacer referencia a las investigaciones de Felipe y Felipe (2004), en su publicación denominada “Manual de higiene y seguridad alimentaria en hostelería”, los cuales plantean que la higiene y seguridad alimentaria se han convertido en una obligación para el hostelero que, en ningún caso, debe dejar de mantener y cuidar. El autor recopila gran parte de la normativa actual al respecto, pretende ser un estímulo para empresarios, directivos y trabajadores de la hostelería para que interioricen y practiquen en el día a día lo que exigen las normas y lo que por ética en los negocios exige la actividad con la que están comprometidos.

### **1.1.2 Antecedentes nacionales**

Los autores Macera y Túcunan (2014), en su publicación “Comida Ambulante, ofertas gastronómicas de Lima Norte” refieren datos socio demográficos de Lima Norte, presentan las definiciones de Comercio Ambulatorio, clasificación y reglamentación en esta zona de la capital,

además de un recorrido por los principales mercados y puestos de comida ambulante, así como historias de vida y fuentes documentales.

Macera y Soria (2015), en su publicación “La comida popular ambulante de antaño y hogaño en Lima”, nos refieren que la comida popular ambulante a partir de la integración de diversos elementos culinarios, ha contribuido a mitigar los factores de exclusión social en el Perú. Aunque, las primeras generaciones hispano peruanas modelaron sus preferencias gastronómicas de acuerdo a una visión social jerárquica, la cocina y mesas coloniales fueron espacios de encuentro en que las castas compartieron gustos y sabores. De esa manera, surgió la tradición culinaria nacional tan diversa en guisados, sopas y postres.

Todos estos fueron puestos al alcance del pueblo mediante numerosas fondas o puestos callejeros de venta de comida. Las crónicas periodísticas describen minuciosamente la apoteosis gastronómica que acompañaba cada acto festivo. Esos aromas y sabores de la comida popular no solo suscitaron numerosas experiencias sensoriales, sino que trascendieron al plano cultural, modificando dietas y patrones de consumo e influyendo notablemente en la renovación de los códigos de comunicación y formas de hablar de los peruanos.

## **1.2. BASES TEÓRICAS**

### **1.2.1 Gestión de alimentos y bebidas**

Alimentarse es una necesidad básica para todos los seres humanos, pero con el paso del tiempo y gracias a la aparición del fuego y a las formas

de utilización de la agricultura, el alimentarse se fue convirtiendo progresivamente en un placer sensorial y más adelante en una actividad social. En el proceso evolutivo, han pasado miles de años y el hombre fue desarrollando sus capacidades sociales además de las intelectuales, mientras que los hombres de la edad de piedra consumían su porción de comida apartados del resto del clan, en la actualidad se ha convertido en una ocasión para compartir un momento con personas, como familia o amigos.

Los primeros establecimientos de hostelería surgieron por la necesidad de los viajeros de parar a reponer fuerzas y descansar. No se viajaba por placer ni se salía a comer fuera de casa si no era necesario.

Hoy en día existe en nuestra sociedad una necesidad de valorar nuestra riqueza gastronómica, las ferias y la difusión de nuestros potajes crece día a día y promueve un turismo gastronómico, por ello hay una creciente necesidad de contar con profesionales que estén lo suficientemente preparados en el área de alimentos y bebidas, lo cual obliga a considerar que debe haber una educación formal para todas aquellas personas que tienen bajo su responsabilidad la administración, operación, supervisión y control de los servicios de la industria de los Restaurantes.

Al respecto Felipe (2001), manifiesta que: “El cliente de los próximos años va a tener un mayor conocimiento de lo que se ofrece y esto le va a permitir elegir y seleccionar aquello que más le convenga en función de sus

motivaciones, deseos, expectativas, tratando de obtener por su dinero el mayor valor posible” (p. 31).

En tanto que se avizora que el cliente se volverá cada vez más exigente en la búsqueda de sus placeres más íntimos y el alimento es uno que mayores placeres proporciona por cuanto involucra todos los sentidos del ser humano y porque cubre una necesidad básica, social y de autorrealización.

De allí emana la importancia de ir gestionando los alimentos y bebidas, que corresponde al mundo de la Restauración: desde la adquisición de los ingredientes o insumos con los que se van a preparar los potajes o las bebidas, hasta su adecuada comercialización, es decir todo el proceso que se realiza para que cada consumidor disfrute de una buena mesa, se encuentre bien atendido y sobre todo disfrute al comer, lograr la satisfacción de los clientes es la principal misión que se debe tener en cuenta en la Gestión de Alimentos y Bebidas.

#### **1.2.1.1 La Restauración**

En el ramo de la restauración existen tres sectores: los restaurantes, las cafeterías o cafés y los bares, cada uno con las correspondientes diferencias en cuanto a la legislación que los regula y las características propias de cada sector. Cabe decir que la restauración es la actividad económica que involucra las ventas de comidas y bebidas en sus diferentes presentaciones.

Hoy en día el término restauración está relacionado a las actividades de fabricación, transformación y venta de comidas y bebidas, la cual tiene mucha aceptación en estos tiempos. Según García, García y Gil (2007). “La restauración puede ser definida como la actividad que se dedica a la presentación de servicios de comidas y bebidas” (p. 2).

Así mismo, la restauración permite dar un nombre al arte de la gastronomía, es una actividad ligada a los negocios de alimentos y bebidas, tal como Felipe (2001), lo manifiesta en la siguiente definición: “El mundo de la restauración cumple la misión básica de ofrecer comidas y bebidas” (p. 31).

Por tanto, toda empresa dedicada a la restauración tiene el deber de brindar una atención adecuada que garantice la comercialización de los alimentos y bebidas y la satisfacción del cliente.

### **El Restaurante**

Es un establecimiento o local donde el comensal o cliente va a degustar diferentes potajes que van a cumplir su función principal que es satisfacer el hambre o restaurar energías desgastadas por el trabajo o el estudio. Y estos alimentos a su vez tienen un costo que tendrá que cubrir el comensal.

Alarico y Gómez (2005), definen al Restaurante o restorán como un “establecimiento surgido en el año 1765, cuando un francés de apellido Boulanger vendedor de caldos y sopas, que bautizó a sus



sopas con el nombre “restaurants” porque reconfortaban y así las anunciaba en el exterior de su comercio”.

La historia de la gastronomía menciona que el primer establecimiento digno de ostentar la palabra restaurante “fue el “Beauvilliers”, el cual abrió sus puertas en 1783, pero años más tarde, a causa de la Revolución Francesa, su propietario se vio obligado a abandonar la empresa” (Alarico y Gómez. 2005, p. 142).

Estos establecimientos realizan actividades comerciales que consisten en la elaboración de comidas y bebidas que se pueden disfrutar en el mismo recinto adecuadamente adaptado para tal fin, asimismo, se tiene la comida para llevar y estas se pueden disfrutar en el propio hogar.

#### **Manejo de gestión de alimentos y bebidas.**

El profesional estará en la condición de dirigir el área de alimentos y bebidas, por ello es necesario que cuente con una educación y experiencia adecuada con respecto a la gestión de alimentos y bebidas, para manejar a un equipo de personas que se encontraran bajo su total responsabilidad en la administración, operación, supervisión y control de los servicios que proporcionan la industria de los restaurantes.

“A lo largo de la historia, este tipo de establecimiento han seguido modelos de gestión basados en la intuición. Afortunadamente, con el paso del tiempo y la profesionalización del

sector, la dirección de estos ha evolucionado hacia modelos menos tradicionales, donde la planificación, la organización y el control son la base de su desarrollo empresarial” (Rosell. 2013, p. 15).

En este sentido, es importante que el profesional pueda conocer la producción de alimentos básicos, avanzados o de alta cocina internacional identificando los índices nutricionales de cada uno de los insumos y elementos que intervienen, así como el coste de cada producto.

“La gestión organizativa y económica de un bar y cafetería, como cualquier organización, necesita de una administración y control” (Rosell. 2013, p. 15).

Al sector gastronómico de un establecimiento hotelero se le conoce como el departamento de alimentos y bebidas, porque abarca todo lo relacionado con el servicio de alimentación, desde su producción hasta el servicio o la venta. De manera complementaria, el departamento de alimentos y bebidas le otorga uno de los mayores ingresos a la industria hotelera, luego están las habitaciones y las conferencias y reuniones en los salones destinados a este efecto. Siendo uno de los principales responsables de la alta ocupación en esta área de servicio.

### **Atención al cliente**

Para lograr una buena atención al cliente es necesario reflexionar sobre la importancia de tener clientela ya que en ella radica

el éxito de todo negocio. Por ello, todo personal debe tener las siguientes actitudes a disponer y proyectar: diligencia, empatía, amabilidad, discreción, pulcritud, asertividad y organización. También es importante considerar actitudes o capacidades a adquirir o desarrollar, agudeza olfativa, resistencia física, memoria auditiva, comprensión y fluidez verbal, rapidez de reflejos, trabajo en equipo y destreza manual.

Según García, et al (2007), el cliente es “la persona más importante en nuestro negocio de personas”, son “las personas de las que dependemos, nunca ellos de nosotros”,...se pueden considerar como “las personas que nos hacen un favor cuando entran, no les hacemos un favor cuando los atendemos” (p. 151).

Lo "único" que le queda al cliente es el recuerdo de lo percibido, adquieren una gran relevancia los estudios que indican que un cliente satisfecho transmitirá su experiencia positiva a un máximo de 5 personas, mientras que uno insatisfecho puede llegar a comunicárselo a 16 (García, García y Gil, 2007. p.167).

Es muy importante dar una buena atención a los clientes, ya que ellos son la principal carta de recomendación, caso contrario son también los más duros críticos. De los clientes depende que un simple puesto de comida ambulancia pueda llegar a ser un establecimiento reconocido, tal como sucedió con la conocida vendedora ambulante de anticuchos Grimanesa Vargas.

La principal fuente de información de todo cliente es la consulta y recomendación por terceros antes de realizar una compra, especialmente en el sector servicios, donde el producto no puede ser observado previamente ni devuelto tras su consumo o experiencia. Si se consultara a las personas que entienden por alimentos de buena calidad posiblemente no escuchemos una sola respuesta. Algunos priorizaran los aspectos nutricionales, otros tendrán en cuenta la empresa que lo fabrico, y se referirán a sus marcas comerciales, otros pondrán en primer lugar sus caracteres sensoriales de los alimentos.

### **Gestión de la calidad.**

La gestión de la calidad viene hacer todas las actividades relacionadas a los procesos de fabricación y manipulación de los alimentos, para dirigir, controlar una empresa o establecimiento en lo relativo asegurar la calidad y seguridad alimentaria. Para alcanzar la satisfacción de su público consumidor.

El concepto calidad no va unido a lujo, precio elevado, o gama alta. Un servicio alcanza su nivel de excelencia cuando responde a las demandas del público objetivo. Cada nivel de calidad debe responder al valor que el cliente está dispuesto a pagar (García, García y Gil, 2007. p.167).

Esto quiere decir que en todos los servicios debe existir calidad en el servicio, incluyendo los establecimientos de venta de comida ambulatoria, respetando las normas, aplicando procedimientos adecuados y garantizando una esmerada atención a los clientes.

La gestión de la calidad en el sector de alimentos y bebidas 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.

Es por ello que Menezes et al. (2009), citado por Correia, Fernádes, Leão de Menezes, Pinheiro y Araújo (2012), afirma que “la cocina de un restaurante, independientemente de su categoría, es el lugar donde se concentra la satisfacción de las expectativas del cliente”.

Quando un cliente acude a nuestro establecimiento espera una serie de requisitos en consonancia con la categoría del establecimiento, con la imagen que previamente tiene ya sea por la publicidad u otras fuentes orales, es decir tiene una expectativa a encontrar, en el precio, en los productos y en el servicio. “Un producto o servicio de calidad es aquel que atiende correctamente de forma confiable, accesible, segura y a tiempo las necesidades del cliente” (Campos. (1999), citado por Correia et al. (2012).

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. Mientras que el manipulador de alimentos es considerado como una pieza fundamental de la calidad de los productos ofrecidos por el establecimiento.

Por tanto, es fundamental que para lograr satisfacer al cliente se vislumbren cuáles son sus necesidades y se cubran las expectativas, es decir hallar un valor diferencial que los hará competitivos, es decir superar las expectativas del cliente.

Según Menezes. (2009), citado por Correia et al. (2012).

“explican 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”.

Es muy importante la gastronomía como producto o atractivo y es por ello que los participantes durante el Concurso Ceviche con Sentimiento, recibieron una capacitación sobre atención al cliente y esto les permitió tener un trato más cálido, ser más atentos y darse cuenta de cuán importante es tener un cliente satisfecho, el cual es la mejor carta de recomendación. Según López. (1996), “la calidad es una combinación de características o factores, cuya suma da la calidad global”.

Por tanto, la calidad de los alimentos es la agrupación de cualidades que hacen aceptables los alimentos a los consumidores. Y estas cualidades incluyen tanto las percibidas por los sentidos

(cualidades sensoriales) como son: olor, sabor, textura, apariencia y su forma, tanto como las químicas e higiénicas.

Además López. (1996), menciona que para lograr la calidad debemos considerar los siguientes factores:

**Factores higiénicos y sanitarios:** Son aquellos que afectan la pureza, integridad o contaminación de un alimento: residuos de plaguicidas, unidades dañadas o podridas, fragmentos de insectos, microorganismos viables o no etc.

**Factores sensoriales:** Son los que el consumidor aprecia con los sentidos. La componente organoléptica de la calidad es muy importante. Es un componente subjetivo y variable con el tiempo.

**Factores nutritivos:** Define la bondad de los alimentos como nutrientes, su contenido en grasas, proteínas, vitaminas, hidratos de carbono, etc. El consumidor puede buscar un alimento muy energético o por el contrario un alimento muy bajo en calorías.

**Factores cuantitativos:** Son el peso y el volumen, es decir la cantidad de producto que adquiere el consumidor a un determinado precio. Las medidas a realizar son peso neto, peso escurrido, volumen y espacio de cabeza. Existen otras determinaciones como son: vacío, etiquetado y envase.

Esto implica que la calidad de un alimento no contenga ningún elemento tóxico en concentraciones peligrosas para el consumidor, o que pueda ser tóxico por contener un exceso de grasas o de sal en su preparación, la utilización de algunos productos que nos son aptos para el consumidor, como aceites adulterados, pescado descompuesto, etc.

Por lo cual el sistema sensitivo humano es una gran herramienta para el control de calidad de los productos de diversas industrias. Especialmente en la alimentaria: el olfato, el gusto, la vista y el oído son elementos idóneos para determinar el color, gusto, sabor, olor, aroma y la textura quienes aportan al buen aspecto y calidad al alimento que le dan sus propias características con los que los podemos identificar y con los cuales podemos hacer un discernimiento de los mismos.

Es por ello que el Ceviche además de ser un plato delicioso, es también beneficioso para la salud ya que contiene proteínas de alto valor biológico, aportan vitaminas, así como algunos minerales. Además muchas especies son ricas en ácidos grasos poliinsaturados omega - 3.

En este sentido, se hace referencia a la cantidad de comida que será servida en un plato al consumidor, de acuerdo a las medidas, peso y estándares del establecimiento o empresa.



## **Sistemas de Calidad.**

Los sistemas de calidad vienen hacer parte o componente de la gestión de la organización enfocada en el logro de resultados, relacionado con los objetivos de la calidad, para satisfacer las necesidades, expectativas y requisitos de partes interesadas, según corresponda. Según Senlle y Gutiérrez (2005), “los sistemas de gestión de la calidad pueden ayudar a las organizaciones a aumentar la satisfacción de sus clientes”.

Los clientes son los que determinan si el producto es aceptable o no, si satisface sus necesidades y expectativas. “Dado que las necesidades y expectativas de los clientes son cambiantes y debido a las presiones competitivas y a los avances técnicos, las organizaciones deben mejorar continuamente sus productos y procesos” (Senlle y Gutiérrez. 2005).

Es por esta razón que la familia de normas ISO 9000 distingue entre requisitos para los sistemas de gestión de la calidad y requisitos para los productos.

Los requisitos para los sistemas de gestión de la calidad se especifican en la norma ISO 9001.

Las Normas ISO 9001 e ISO 9004 son normas de sistema de gestión de la calidad que han sido diseñados para complementarse entre sí, pero también se pueden utilizar de manera independiente. Senlle y Gutiérrez (2005), mencionan que “los requisitos para los

productos pueden ser especificados por los clientes, por la organización anticipándose a los requisitos del cliente, o por disposiciones reglamentarias, las cuales pueden ser normas técnicas, acuerdos y reglamentaciones.”

La Norma ISO 9001 especifica los requisitos para un sistema de gestión de la calidad que pueden utilizarse para su aplicación interna por las organizaciones, para certificación o con fines contractuales. Se centra en la eficacia del sistema de gestión de la calidad para satisfacer los requisitos del cliente.

#### **1.2.1.2 Saneamiento en la manipulación de alimentos.**

Se le conoce también como: Procedimientos Operativos Estandarizados de Saneamiento (POES). Son procedimientos que garantizan la limpieza y desinfección que se realizan en los diferentes establecimientos de alimentos y bebidas, estos procesos se aplican en las diferentes zonas de producción como son: la estructura física, los materiales y equipos, las materias primas, el proceso y el personal operario, así como el control de plagas y animales domésticos ajenos al establecimiento.

Según el Manual de buenas prácticas de manipulación de alimentos - MINCETUR (2008), son “Procedimientos operativos estandarizados que describen las tareas de saneamiento en la limpieza y desinfección, se aplican antes, durante y después de las operaciones de elaboración de los alimentos” (p. 73).

Esto quiere decir, que sin estos procedimientos que sirven para garantizar que los productos elaborados sean inocuos para el consumo humano, estos alimentos no podrían ser consumidos sin los cuidados en su manipulación y preparación, ya que el comensal estaría en riesgo de contraer cualquier tipo de enfermedad.

### **Trazabilidad**

Es una garantía de seguridad alimentaria para el consumidor, ya que el uso de este método permite facilitar la localización y el retiro de los productos contaminados o alterados por algún agente peligroso. Según García, et al. (2007), “para que un alimento llegue sano al momento de consumo, anteriormente ha sido necesario controlar dicho alimento durante todo el proceso en la cadena alimentaria” (p. 42).

Esto quiere decir que es muy importante el cuidado de los alimentos desde su punto de partida, que hayan sido cuidados los cultivos, que no hayan sido expuestos a pesticidas u otros químicos que dañen la salud, otro punto importante es el transporte ya que los alimentos deben llegar en óptimas condiciones para su posterior comercialización, no se puede dejar de mencionar la conservación de los alimentos hasta la venta.

Según el Codex Alimentarius, “Trazabilidad es la capacidad para seguir el movimiento de un alimento a través de etapas especificadas

de la producción, transformación y distribución” (García, et al. 2007, p. 42).

Con este seguimiento se podrá detectar dónde está el origen de los posibles focos de alteración de los productos para poder controlarlo y sacarlo del mercado antes que causen contaminación o enfermedades producidas por la alteración de los alimentos.

Si no fuera por este método los productos que se consumen no tendrían un valor de seguridad, no se sabría si los alimentos que se ingirieren son aptos para la alimentación. Estos procedimientos preestablecidos y autosuficientes permiten conocer el origen, la ubicación y su trayectoria de un producto o un lote de productos a lo largo de la cadena de suministros en un momento dado, a través de herramientas dadas.

Es por ello, que para preparar un plato de ceviche es importante tener en cuenta los ingredientes a utilizar, por lo cual al comprarlos hay que saber elegir productos frescos, la cebolla, el limón, el camote y otros no deben estar en contacto con el suelo, ya que pueden adquirir bacterias, así mismo las compras no se deben realizar en la vía pública ya que los alimentos se contaminan por los gases que emiten los vehículos, el pescado debe ser fresco de una textura dura y las agallas deben tener un color rojizo, es importante saber dónde comprar y de la misma manera poderlos almacenar, para que estén en las mejores condiciones.

## **Contaminación de los alimentos**

Todo alimento como el ser humano tiene vida útil, la naturaleza orgánica de los alimentos que ingerimos a diario hace que puedan alterarse por su carácter de estación y a sus diversas procedencias. Las causas pueden ser muchas pero las más frecuentes se encuentran en tres grandes grupos: física debido a la arena, temperaturas y polvo, química por contacto con detergente y pesticidas, y biológica por microorganismos.

Al respecto García, et al. (2007), dice que “las causas por las que se alteran los alimentos tienen dos orígenes: el primero por descomposición natural y el segundo por contaminación por microorganismos” (p. 44).

Los alimentos pueden contaminarse debido a estar expuestos al aire libre sin refrigeración, es decir debido a la descomposición natural y también porque al estar expuestos al aire libre adquieren microorganismos y bacterias que se encuentran en el medio ambiente.

El pescado como alimento, al igual que el resto de los productos alimenticios, lleva implícito el riesgo de provocar enfermedades a los consumidores, si no toman las medidas que previene o eliminan la contaminación por microorganismos patógenos o toxinas. La inocuidad del pescado como alimento es un aspecto muy importante en la

necesidad de proteger al consumidor y de asegurar la sostenibilidad de la industria (FAO, 2000, p. 10).

Esto quiere decir que es muy importante tener en cuenta que el pescado es un alimento de rápida descomposición por lo cual se debe garantizar su inocuidad, teniendo buenas prácticas de manipulación de alimentos y conservándolo a bajas temperaturas.

### **Contaminación Cruzada**

Para el común de las personas resulta extraño que un cuerpo invisible haga daño o contamine los alimentos cuando no son tratados adecuadamente siguiendo el orden de lavado y desinfección, la contaminación cruzada son transferencias de bacterias peligrosas de un alimento a otro. Estas bacterias pueden pasar de un alimento a otro por contacto directo a través de las manos, y la acumulación en un mismo frigorífico de alimentos crudos y cocidos.

“Son seres microscópicos (bacterias, levaduras y mohos hongos) que se desarrollan y multiplican en el alimento de forma muy rápida en condiciones favorables de temperaturas, humedad y tiempo, los alimentos constituyen un medio ideal para ello” (García, et al, 2007, p. 47).

Para que los microorganismos se puedan reproducir, deben tener condiciones de temperatura, humedad y tiempo, por ello para evitar que un alimento se contamine debe ser almacenado y refrigerado y buenas condiciones.

Se debe señalar que los alimentos siempre llevan mayor o menor carga microbiana, el peligro está cuando la cantidad de microorganismos es tal que afecta a nuestro organismo. Muchas veces los alimentos siendo peligrosos no lo aparentan.

La contaminación cruzada es uno de los puntos críticos en el consumo de alimentos ya que pasan desapercibidos especialmente en nuestros hogares, prueba de ellos son las enfermedades provocadas de un alimento contaminado crudo a otros alimentos cocidos o no tanto de manera directa como indirecta. Causa principal de intoxicación alimentaria, pero a su vez fácil de prevenir, siguiendo los procedimientos correctos.

En la preparación del ceviche es importante tener en cuenta que para preparar se deben usar tablas y cuchillos de forma exclusiva para el pescado y otros para vegetales como la cebolla, limón y ají, ya que de esa manera evitamos la contaminación cruzada.

### **Toxiinfecciones Alimentarias**

Las toxiinfecciones alimentarias son enfermedades estomacales producidas por comer alimentos contaminados por microorganismos patógenos o sus toxinas, por lo general no son detectados a simple vista, pero suelen producir trastornos gastrointestinales, tales como dolor abdominal, diarreas, náuseas y vómitos, muchas veces acompañados de fiebre y en determinados casos pueden desencadenar enfermedades graves.

García, et al. (2007), refiere que las toxiinfecciones alimentarias son “las enfermedades causadas por la ingesta de alimentos o bebidas que han sido manipulados incorrectamente. Sus síntomas son diarreas y/o vómitos que generalmente van acompañados de náuseas y dolores abdominales”.

Por ello cuando apreciamos que un vendedor de alimentos tiene las manos sucias, las uñas largas, el cabello suelto, etc., podemos afirmar que hay una incorrecta manipulación de alimentos, es allí donde se producen las toxiinfecciones alimentarias causando dolores abdominales conocidos como cólicos, náuseas y otros malestares.

Las intoxicaciones alimentarias “se producen por la ingesta de alimentos que contienen sustancias tóxicas, producidas por bacterias que se han reproducido en él antes de su consumo” (García, et al. 2007, p. 53).

Esto quiere decir que cuando se consume un alimento que estuvo expuesto a pesticidas o elementos químicos podemos padecer de una intoxicación alimentaria.

La Bióloga marina Patricia Majluf (2012) señaló que comemos pescado contaminado y esto se debe a que no hay plantas de tratamiento en las ciudades, y Lima nuestra ciudad capital no es la excepción, en la cual se desperdicia abundante agua sin tratar. Y nadie ha medido el impacto de esa contaminación marina. Consumimos alimentos sin control de sanidad, porque ese control



solo se aplica para los insumos de exportación, y lo que se consume en el país no se controla.

Tambien señala Majluf (2012), que hay legislación para los efluentes pesqueros, pero no hay definición sobre los límites permisibles de contaminación. Para la industria hay estándares de calidad del agua, pero lamentablemente no se ejerce control sobre los vertimientos. Hay un concepto erróneo, que es que si se informa al público sobre esta contaminación la gente va a dejar de comer pescado, lo que es un grave error, porque por no hacer daño al pescador artesanal, se hace comer pescado con toxinas a todos los ciudadanos.

### **Infecciones alimentarias asociadas al consumo del pescado**

El consumo de pescado crudo o poco cocinado puede ser un vehículo de transmisión de algunas infecciones para el viajero. Si bien unas tienen una localización geográfica específica. Otras tienen una distribución mundial y se pueden adquirir en el Perú u otro país vecino (La Anisakiasis).

García, et al. (2007), señala que las enfermedades alimentarias pueden ser: “Las infecciones alimentarias se producen por la ingesta de alimentos contaminados con microorganismos patógenos vivos, que una vez ingeridos siguen desarrollándose en el interior del organismo” (García, et al. 2007, p. 53).

Es por ello que es común que al adquirir una infección alimentaria, se tengan náuseas, dolores estomacales, vómitos, diarreas, producidas por la multiplicación de microorganismos patógenos vivos.

### **Vibrio parahaemolyticus:**

“Es un germen halófilo marino ampliamente distribuido en el agua de las costas, sedimento y plancton, que produce una gastroenteritis aguda al ingerir pescado o marisco crudos, insuficientemente cocidos o contaminados después de su preparación culinaria” (Pascual y Calderón. 2000, p.127).

“El *Vibrio parahaemolyticus*, produce diarreas leves o a veces infecciones coliformes, debido a que generalmente la infección se contrae al consumir pescado contaminado, es erróneamente considerado como una intoxicación alimentaria, en realidad, se trata de una infección alimentaria” (Ingraham, e Ingraham. 1998, p. 583).

También se asocia al pescado crudo o insuficientemente cocinado. Si se refrigera el pescado cesa la multiplicación y si se congela, muere, al igual que si se cocina a más de 60°C durante 15 minutos, por lo cual para consumir pescado crudo se debe tener mucho cuidado para seleccionar los insumos los cuales deben estar en óptimas condiciones.

## **La Anisakiasis**

La Anisakiasis es la infección producida por larvas de un parásito llamado Anisakis, el cual es un parásito intestinal del pescado, que puede verse a simple vista. Por ello se recomienda “cocinado mínimo a 55°C durante 1 minuto o tras su congelación a temperaturas inferiores a -20°C durante 24 – 48 horas” (García, et al. 2007, p. 60).

## **El Helicobacter pylori**

Es una bacteria que infecta el epitelio gástrico humano, esta bacteria vive exclusivamente en el estómago humano. H. pylori ha coexistido con el ser humano por miles de años y la infección por esta bacteria es común.

Es un organismo curvo o espiral, en forma de S, mide 2,5 um de largo por 0,5 um de ancho, superficie lisa, Gram negativo, con 4-6 flagelos polares, que le permite moverse en la solución viscosa, crece en atmósfera reducida de oxígeno. La bacteria requiere la enzima ureasa para colonizar el estómago (Salomón, y Salomón. 1998, p.124).

El reconocido gastroenterólogo Cesar Soriano Álvarez. Señaló en una entrevista a Radio Programas del Perú. (2012), que “uno de los riesgos de comer pescado crudo es la transmisión de la infección estomacal provocada por una bacteria que se llama helicobacter pylori, que puede provocar úlceras en el estómago, gastritis, linfomas y, en menor caso, cáncer gástrico”.

Según Soriano, entrevistado por Radio Programas del Perú. (2012), esta bacteria se adquiere, cuando la alimentación “se da con productos contaminados por aguas servidas o con deposiciones de la ciudad que van al mar”, como el pescado, verduras o el consumo de agua contaminada.

No cabe duda que la principal contaminación es la humana, nuestras heces y orinas que no dan tiempo a ser tratadas por la plataforma para que el vertido que se hace a las aguas marinas reúna los requisitos de calidad.

Por seguridad, lo preferible sería no consumir los pescados crudos y si uno lo tiene que comer sería mejor comer los pescados que proceden de altamar. “Los pescados de peña, que son los más sabrosos, es mejor comerlos cocidos ya sean fritos, al horno, sudados o al vapor, por ser un buen mecanismo de esterilización” (Soriano, entrevistado por Radio Programas del Perú (2012)).

Por eso es necesario aplicar la esterilización, el cual consiste en destruir los organismos que se encuentran en los alimentos crudos, mediante el proceso de exponerlos a las temperaturas adecuadas y así poder conservarlas durante largos periodos.

Además, explicó que el zumo de limón que se utiliza en el ceviche es un ácido, pero no esteriliza, ni desinfecta. Por el contrario, precisó que a la bacteria del helicobacter le gusta el ácido para vivir y que los tratamientos para vencer esta

infección consisten en evitar el ácido (Soriano, entrevistado por Radio Programas del Perú (2012)).

El jugo de limón actúa sobre las proteínas elevando su PH a niveles ácidos con lo que obtenemos una desnaturalización de las proteínas de la carne, o sea coagulación. No cocina el alimento y menos mata las bacterias, por lo que consumir cualquier alimento preparado es esta forma, representa un riesgo para la salud.

Según Eladio Pérez, presidente de la Asociación de Pescadores Jubilados del Perú, entrevistado por Radio Programas del Perú (2012), menciona que “los pescados de altamar son los que se encuentran de las 200 millas mar adentro. “Peces como el atún, la pota, el tiburón, la raya, el toyo, el pez espada y el pez vela no tendrían ningún problema de contaminación.”

Explicó Pérez, E. entrevistado por Radio Programas del Perú (2012), que “entre las 5 y 200 millas está la anchoveta, que suele usarse para el consumo industrial, la sardina, el jurel y la caballa”, además agregó que “la pesca de peña o de ribera está más sujeta a la contaminación.”

En consecuencia si se va elegir o comprar un determinado pez, procure escoger aquellos que procedan de aguas profundas y lejanas a la costa, ya que estos tienen menor riesgo de estar contaminado por metales pesados.

## Normas HACCP

Son normas que están conforme a lo dispuesto por el Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas, tiene como objetivo establecer en la industria alimentaria la aplicación de un sistema preventivo de control, que asegure la calidad sanitaria e inocuidad de los alimentos y bebidas, basado en la identificación, evaluación y control de los peligros significativos para cada tipo de producto, así mismo uniformizar los criterios para la elaboración y aplicación de los planes HACCP en los establecimientos de fabricación de alimentos y bebidas. (DIGESA, R.M N° 482-2005).

Las normas HACCP tienen principios referidos:

- En primer lugar a estimar los riesgos asociados con la producción, cosecha, transporte, recepción, almacenamiento, distribución, mercadeo, preparación y consumo del alimento.
- En segundo lugar se debe determinar los puntos críticos de control requeridos para controlar los riesgos identificados.
- En tercer lugar establecer los límites críticos que deben cumplirse en cada punto crítico de control.
- En cuarto lugar establecer procedimientos para monitorear los puntos críticos de control.
- En quinto lugar establecer las acciones correctivas para ser tomadas en cuenta cuando se identifica una

desviación al monitorear los puntos críticos de control, y finalmente.

- Establecer sistemas efectivos de almacenamiento de registros que documenten el sistema HACCP.

### **Higiene del manipulador**

Las personas que trabajan con pescados y mariscos pueden contaminarlo de forma directa.

“El pescado se contamina de las siguientes formas: Una contaminación Inicial, que lleva adquirida el producto en el momento, de entrar en el establecimiento o que la transporta cualquier material que entra en contacto con él, como el agua o los envases, la contaminación añadida por las condiciones desfavorables del entorno, como superficies sucias, la pérdida de la cadena de frío o la presencia de insectos, y la contaminación debida al manipulador” (Morato, 2010).

La manipulación correcta de los alimentos y la aplicación de los hábitos higiénicos son la base para garantizar la seguridad. El personal debe llevar ropa específica y siempre limpia, color claro y que cubra su ropa de calle. Si deben usar guantes los cuales serán cambiados con frecuencia, antes durante y después de manipular dinero o tras tocar otras superficies. No se puede fumar, comer ni masticar chicle mientras trabajan, y tampoco toser o estornudar cerca

de los alimentos. No se deben tener uñas largas, cabellos sin protección o estar enfermo y en contacto con los alimentos.

Por ello, en los establecimientos de comida ambulatoria se deben cuidar que cuente con los espacios e implementos necesarios para la adecuada manipulación de los alimentos, en especial del pescado y mariscos, los pasos son los siguientes:

- Primero lavar las manos con agua y jabón así evitaremos que las bacterias pasen a los alimentos, después desinfectar.
- Limpiar bien las superficies y los utensilios de cocina antes de utilizarlos especialmente después de manipular alimentos crudos como las carnes, los pescados, los pollos, etc.
- Separar los alimentos crudos de los cocinados, pueden tener bacterias susceptibles de contaminar los alimentos cocinados, por este motivo es importante utilizar diferentes utensilios de cocina o bien limpiarlos debidamente antes de volverlos a utilizar.

Es importante una buena higiene en el personal para asegurar la eliminación de las bacterias que pueden encontrarse en las manos o ropa de uso laboral.

De otro lado, para garantizar la higiene y la conservación del pescado, es necesario mantener la cadena de frío. Asegurar el producto inocuo, garantizar las cualidades organolépticas. Las bajas



temperaturas detienen el crecimiento de patógenos y retrasan los procesos de degradación. Por ello todos los pescados frescos envasados deben mantenerse a una temperatura aproximada de 0°C.

Así mismo, otro posible problema es la aparición de roedores e insectos que también pueden contaminar al pescado. Por lo cual, es importante tomar precauciones como eliminar la basura de manera correcta, equipar los desguaces con redes para evitar que accedan por estos puntos, no dejar los alimentos expuestos a su alcance.

### **Problemas de salud más habituales.**

La correcta conservación del pescado implica mantener rigurosos hábitos de higiene, tanto personal como en la manipulación, no romper la cadena de frío y garantizar el origen de los productos de pesca, que proceda de zonas autorizadas. Debe tenerse en cuenta que la cocción no elimina algunas toxinas y el ceviche se come casi crudo.

Los virus como hepatitis A, pueden estropear el marisco procedente de aguas contaminadas y también de los mismos manipuladores.

### **Condiciones sanitarias de la venta callejera de ceviche**

Las condiciones o requisitos de saneamiento de la norma de HACCP (2011), para mariscos y pescados y su relación con la regulación actual de buenas prácticas de manufactura señalan las siguientes condiciones:

- Inocuidad del Agua: el agua debe ser inocua y de adecuada calidad sanitaria, no debe haber ninguna conexión cruzada entre las cloacas o aguas negras y el agua para procesamiento.
- Condición y limpieza de las superficies que entran en contacto con los alimentos: las superficies que entran en contacto con los alimentos deben estar diseñadas, fabricadas, mantenidas e instaladas para ser limpiadas adecuadamente y resistentes al ambiente de uso y compuestos de limpieza.
  - Cuando sea necesario limpiar a fin de proteger contra la introducción de microorganismos, se debe limpiar y desinfectar antes de su uso, luego de alguna interrupción, y cuando se considere necesario. Los guantes deben ser impermeables, estar limpios, y desinfectados, la ropa de trabajo debe ser adecuada.
  - Prevención de la contaminación cruzada: los encargados de manipular alimentos deben apegarse a las prácticas de higiene para prevenir la contaminación de los mismos, mantener un adecuado aseo personal, lavarse las manos, y desinfectarlas si es necesario, antes de iniciar las labores, luego de cualquier ausencia del puesto de trabajo, y cuando estén contaminadas.

- Deben tomarse precauciones para protegerse contra la contaminación con microorganismos, deben remover joyas que no puedan ser desinfectadas, abstenerse de comer, mascar chicle, beber, o consumir tabaco cerca de los alimentos expuestos o el equipo, almacenar la ropa o artículos personales fuera del área donde estén los alimentos expuestos o los equipos.
- Mantenimiento de estaciones de lavado y desinfección de manos, y servicios sanitarios: debe contarse con condiciones efectivas para limpiar y desinfectar las manos, agua a la temperatura adecuada, dispositivo de toallas desechables. Debe existir un sistema adecuado de acumulación de aguas residuales, servicios sanitarios cercanos adecuados y de fácil acceso que sean mantenidos en buenas condiciones sanitarias y protección del alimento de contaminación aérea.
- Protección contra adulterantes: el diseño, la construcción y el uso de equipos deben evitar la adulteración de los alimentos con combustibles, agua contaminada u otros contaminantes, deben aplicarse todas las medidas razonables para asegurar que los métodos de producción no contribuyan con la contaminación, la materia prima: el pescado, debe

almacenarse de tal manera que se proteja de la contaminación, los insumos, los complementos, los aderezos, etc., deben estar protegidos de la contaminación.

- Etiquetado apropiado, almacenamiento y uso de compuestos tóxicos: los compuestos de limpieza tóxicos, agentes desinfectantes, y pesticidas deben identificarse, mantenerse y almacenarse de forma que se proteja a los alimentos, a las superficies que entran contacto con los alimentos y a los materiales de empaque de la contaminación.
- Control de la condición de salud de los empleados: debe excluirse de las operaciones a aquellos empleados encargados de manipular alimentos que manifiesten alguna enfermedad, lesión abierta, u otra fuente de contaminación microbiológica la cual constituya una posibilidad razonable de contaminar los alimentos.(p. 206)

Según estudios de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO, 1997), “las condiciones higiénicas de los puestos de venta de ceviche y preparaciones a base de pescado del comercio ambulatorio informal son deficientes”.

Las razón principal según la investigación realizada por la FAO, son las deficientes prácticas de manipulación de alimentos,

contaminación del agua y almacenamiento de los alimentos, lo cual es preocupante para la salud de la población.

### **1.2.1.3 Equipamiento.**

En todos los establecimientos dedicados a la restauración es necesario que cuenten con un debido equipamiento en todas las áreas de producción de alimentos y bebidas para el almacenamiento, la conservación y preparación de los alimentos.

Los equipos de trabajo nos van a ayudar a dar respuesta a los numerosos riesgos y peligros a los que podemos enfrentarnos, siempre y cuando los utilicemos de manera adecuada. Y cuando hablamos de equipos, siempre nos referimos a aquellos elementos que nos van a permitir mantener unas temperaturas adecuadas en frío o en calor, para evitar o minimizar esos riesgos alimentarios (Felipe y Felipe, 2004, p. 249).

En consecuencia los equipos de trabajo nos van a ayudar a realizar un mejor trabajo en la cocina, tanto para el almacenamiento y conservación de los alimentos.

García, et al. (2007), señala que la maquinaria e instalaciones que están en contacto directo con los alimentos han de estar siempre limpias, de lo contrario pueden transmitir enfermedades. Como norma general, todos los días al finalizar la jornada, se debe limpiar la

maquinaria usada tanto en cocina como la de comedor y bar. Además, se realizara una limpieza más a fondo periódicamente, cada dos o tres meses (p. 63).

Es muy importante también que además de los alimentos, el ambiente de preparación esté limpio, así como las maquinarias a utilizar entre las que podemos mencionar a la cocina. Es muy importante que las carretillas deban contar con equipos de frío y calor los cuales deben ir provistos con termómetros que nos permitan registrar la temperatura en cada momento.

Los autores nos señalan que el control de la temperatura es muy importante, por ello se debe contar con termómetros ubicados en zonas visibles, de manera que debe estar lo suficientemente frío para la adecuada conservación de los alimentos, y para la cocción debe tener los grados adecuados de temperatura según el producto, todo ello complementado con un exhaustivo control de la higiene en y alrededor del campo de trabajo es necesario para el cuidado de la salud de los consumidores.

### **Menajes**

Viene hacer el conjunto de objetos, platos, cristalería, lencería y cubertería, que comprenden los enseres de un comedor que sirve para el uso exclusivo del cliente en sus diferentes servicios, como desayuno, almuerzo o cena formal.

García, et al. (2007) señala que el menaje “se lavará cada vez que se utilice tanto la cristalería, loza y, en general, todos los útiles empleados en la preparación y el servicio de alimentos” (p. 64).

Sin estos objetos sería imposible acondicionar o montar una mesa según el uso o servicio requerido, estos instrumentos, materiales y herramientas son necesarios para cualquier empresa dedicada al negocio de la restauración.

Para la comercialización de ceviche de manera ambulancia, se usan platos, vasos y cubiertos descartables, ya que al no contar con agua potable, este tipo de menaje es el más adecuado para evitar la contaminación.

### **Baterías**

Se conoce como batería de cocina al grupo de recipientes usados en la cocina. Está compuesta por ollas, cazos, sartenes fabricados de aluminio, cobre, bronce y acero sirven para cocinar alimentos de manera uniforme. Lozano, Martín y Martín (2007) refieren que:

La batería de cocina es el conjunto de materiales o utensilios móviles necesarios para la preparación cocción y conservación de los alimentos. De entre los más comunes desarrollaremos solo algunos al ser imposible incluso citarlos todos, destacando sus funciones y forma correcta de utilización además de sus características: marmitas cazos, sautes, sartenes, placas de horno. etc. (p. 24).

Por tanto, las baterías de cocina son aquellos materiales que van a servir para la preparación, cocción y conservación de los alimentos,

estos incluyen ollas, sartenes, cazos, etc. Hoy en día se busca darle una mayor seguridad al consumidor por eso se busca priorizar el material a emplear para fabricar estas baterías, siendo el acero quirúrgico es el material recomendado.

Así mismo, para la preparación del ceviche se deben usar tazones en buen estado, en muchos puestos el ceviche se vende acompañado de chicharrón, por lo cual las sartenes deben estar libres de abolladuras, limpias todo el tiempo, es muy recomendable que el material sea acero inoxidable, ya que el aluminio desprende partículas que se impregna en la comida y contamina los alimentos.

### **Utensilios**

Se le denomina utensilios a todas las herramientas que se utilizan en el ámbito culinario para la elaboración y preparación de potajes, sin estos instrumentos, resulta imposible cocinar e ingerir los alimentos. Los primeros utensilios de cocina eran fabricados con piedra. Con los años comenzaron a desarrollarse utensilios de madera, de metal y de plástico.

Ya en la prehistoria se utilizaban útiles de cocina prueba de ello es un montero de piedra encontrado en palestina. Se hace innecesario mencionar que tanto la batería de cocina como los utensilios se hacen imprescindibles en el quehacer cotidiano, habiéndose hecho imprescindibles en cualquier cocina (Lozano, et al., 2004, p. 21).



Esto quiere decir que hay evidencias del uso de las baterías en los primeros pobladores de nuestro mundo, ya que son indispensables para la vida diaria.

En la preparación del ceviche se deben usar exprimidores, tablas de picar para pescado y para verduras de manera separada, de manera similar los cuchillos unos para pescado y otros para verduras y depósitos tapados que contengan los demás ingredientes que se necesitan para la preparación.

### **1.2.2 Establecimientos de Comida Ambulatoria**

Esta forma de comercio tiene su razón de ser en dos elementos concretos: porque el comerciante no cuenta con mayor capital y por la inseguridad en la que se maneja, la misma que no le permite innovar, diversificar sus productos, ni ampliar su negocio.

El comercio ambulatorio agrupa un sinnúmero de personas o agentes de venta que pueden ser tipificados de diversas maneras: a partir de su movimiento, el monto del capital que manejan, el mobiliario que utilizan, la cantidad de gente que emplean y los tributos que pagan. De esta manera se les puede clasificar en ambulante informal, itinerante y permanente y el ambulante formal (Macera y Tácunan, 2014, p. 35).

### 1.2.2.1. El Comercio Informal

El comercio ambulatorio se acentuó a mayor fuerza a partir de los años ochenta. Debido a la llegada de migrantes de las zonas rurales hacia la capital Lima y debido a la crisis económica.

A medida que la ciudad fue llenándose de gente y su espacio urbano se fue informalizando, otras actividades económicas comenzaron a sufrir una evolución equivalente. Una de ellas fue el comercio, que empezó a ser realizado masivamente al margen y hasta en contra de las normas estatales nominalmente encargadas de regularlo. Surgió, así, el comercio informal, bajo la denominación común de comercio ambulatorio y en mercados contruidos específicamente para salir de las mismas (De Soto, 1987, p. 63).

Aunque no se sepa de documentos exactos que nos descifren la cantidad de comerciantes que inicialmente contribuyeron al comercio ambulatorio, esta actividad tomó un rol importante en la nueva urbe apenas fundada la Ciudad de los Reyes en el año 1535. Se dice que Lima se convierte en el centro de esta actividad mercantil puesto a que muchos fueron los mercaderes que se vieron beneficiados con las Guerras Civiles. Los comerciantes ambulantes de esa época recibían el nombre de “cajoneros” debido a las tienditas de madera (“cajones”) que se podían encontrar a lo largo de la vía pública. Asimismo, los mercachifles o regatones eran los vendedores de las plazas, calles y mercados. En la época

colonial el encargado de regular este tipo de actividad era el Cabildo de Lima, el cual aplicaba castigos a los vendedores ambulantes de pan y carne, porque los ambulantes ocupaban los portales de la Plaza Mayor (Alonso, Iwasaki y Gherzi, 1989, p. 125).

Ante la crisis de los años ochenta, las calles fueron el mejor refugio de quienes por la desigualdad de oportunidades, el desempleo y la aspiración de querer ser independientes, respondieron desarrollando una actividad informal comercial que se imponía con fuerza y que trajo consigo un nuevo significado cultural que se iría entretejiendo con gran ímpetu.

### **Actividades Informales**

Muchas veces el desempleo, propicia que se generen actividades informales, debido a la necesidad de prever a las familias de sustento, así mismo la falta de una preparación académica, o capacitación tecnológica evita que se tenga otra fuente de trabajo siendo las actividades informales una fuente de sustento.

El desempleo es un fenómeno que atenta contra el bienestar de la sociedad, ya que su repercusión está íntimamente vinculada a la familia, siendo el eje central de la misma. Una vez que se origina la pérdida del empleo formal, el siguiente paso pudiera consistir en acometer actividades comerciales en el sector informal de la economía (Huerta, 2004, p. 12).

Muchas veces el desempleo, propicia que se generen actividades informales, debido a la necesidad de prever a las familias de sustento, así mismo la falta de una preparación académica, o capacitación tecnológica evita que se tenga otra fuente de trabajo siendo las actividades informales una fuente de sustento.

Esta alternativa laboral se remonta a la época colonial, siendo los primeros ambulantes limeños, un grupo de españoles y criollos que no fueron favorecidos por la corona española en el reparto de bienes y recompensas para su participación en la conquista del Tahuantinsuyo.

### **Ambulantes**

Es la persona de la economía informal, que se encarga de comercializar variados productos de consumo en su mayoría. Se instalan en carretillas, quioscos o mesas en las aceras de la calle con mayor tránsito, a su vez puede deambular sin necesidad de un local específico llevando consigo lo que busque vender: música, ropa, libros, productos artesanales, películas. etc.

El mobiliario que utiliza para ofertar su mercadería es bastante sencillo, precario y se puede trasladar fácilmente, ida y vuelta, desde su domicilio hasta el lugar elegido para comercializar su producto. Puede permanecer en un lugar un buen tiempo, pero casi siempre tiene que movilizarse porque ocupa la vía pública de manera ilícita. Existen casos

en que permanecen más de tres, cuatro y cinco años (Macera y Túcunan, 2014, p. 35).

Es importante señalar que los ambulantes al ocupar la vía pública: causan alboroto y congestión, así mismo, muchos de ellos suelen dejar sus residuos de los desechos de venta en la vía pública, generando contaminación y congestión, haciendo difícil transitar por dichas vías.

Según un estudio de monitoreo de la economía informal, la población de Lima en 2011 era de 8 398 445 personas de acuerdo a estimaciones oficiales. Esta cifra comprende a la población ubicada en la Provincia de Lima, la cual forma parte de la jurisdicción de la Municipalidad de Lima Metropolitana.

En 2011, el total de la población económicamente activa en Lima Metropolitana ascendía a 4 743 000 personas, de las cuales se calcula que 61.2% tenía un empleo informal, los trabajadores independientes no calificados eran la categoría más importante con un 24.2%, seguidos por los asalariados que representan el 22.3%. Esta información ilustra la importancia del empleo informal para Lima Metropolitana, donde seis de cada diez trabajadores tienen empleos informales

Estudios recientes señalan que en el ámbito de Lima Metropolitana el trabajo más común dentro del empleo

informal es la venta ambulante. Se ha calculado que los vendedores ambulantes representan alrededor del 14% del empleo informal total de Lima Metropolitana (Castellanos, 2014, p. 8).

Es importante analizar la definición de ambulante informal, el cual es aquel que recorre, de manera permanente, un mercado, una paradita, calles, avenidas y urbanizaciones donde no hay ningún tipo de restricción. No cuenta con ninguna autorización municipal y traslada productos de poco valor y escasa variedad.

### **La venta de comida ambulatoria**

Con el término comida popular ambulante solemos referirnos al conjunto de platillos que son preparados y consumidos en la calle a diferentes horas del día.

Macera y Soria (2015), nos señala que “antes de la conquista el trueque o “rescate” era el mecanismo empleado por los indios en los Catu para intercambiar alimentos” (p. 19).

Durante el siglo XIX, diversos viajeros recorrieron el Perú y encontraron vendedores de chicharrones, pan con mantequilla y otros. Pero algo muy importante que se debe señalar son las dudas acerca de la falta de higiene de los vendedores ambulantes y el pésimo estado de conservación de los alimentos ofrecidos, por ello Macera cita a Marcoy que resalta el aspecto desaseado y descuidado de las vendedoras ambulantes cusqueñas de helados, que con una

mano portaban el refrescante producto y mientras que con otra se sacan los piojos de la cabeza.

La venta ambulatoria callejera de comida preparada a base de pescado es un comercio que ha proliferado en Lima Metropolitana en los últimos años pero no es un fenómeno nuevo, estudios previos sobre el control sanitario de alimentos expendidos en la vía pública indican que los vendedores ambulantes son un elemento positivo en la económica local y este comercio constituye una fuente de trabajo de considerable importancia en el sector informal (FAO, 1997, p. 68).

En la actualidad no existe información censal en relación al número de vendedores callejeros de ceviches en Lima metropolitana. Una estimación del Ministerio de Salud de los últimos años, indicaba que existían alrededor de 14,500 vendedores callejeros de alimentos preparados en general operando en Lima Metropolitana, cuya clientela son un gran número de trabajadores y estudiantes quienes recurren al comercio callejero de alimentos baratos y cerca de sus centros de trabajo o estudio (FAO, 1997, p. 68).

El Ceviche es la preparación culinaria de mayor demanda y popularidad entre los comensales y por lo tanto es el principal plato preparado a base de pescado y marisco que se expende en la vía pública por intermedio de los vendedores ambulantes.

Este producto consiste esencialmente en trozos de filete crudo de pescado marinado en un escabeche de zumo de limón o naranjas agrias el cual es sazonado con ajos, sal especias, ají, cebolla y

culantro crudos picados. Habitualmente el ceviche es servido con el acompañamiento de lechuga cruda, maíz, camote, yuca o papa sancochada (FAO, 1997, p. 70).

La comida ambulancia ha pasado por diversas etapas en nuestra historia y se incrementado notablemente por lo cual han sido desalojados en múltiples oportunidades del centro histórico en busca de un ordenamiento, pero en la actualidad se encuentran en todos los distritos y eventos en Lima Metropolitana debido a tres factores que se señalan a continuación:

Factor económico, la venta de comida ambulante existe debido a una demanda de la población de bajos ingresos que promueve esta forma de abastecimiento, así como también de la demanda por trabajo de población desempleada, la cual busca generar ingresos de alguna manera.

Sabores, la gastronomía peruana es muy variada y apetitosa, que siempre ha estado presente en la historia y con la incorporación de nuevos insumos (europeos, asiáticos, árabes y africanos) se ha creado una diversidad de sabores.

Prestigio, es la reputación de una persona o grupo de personas, que lograron a través de los años una fama reconocida, un ejemplo es la señora Grimanesa Vargas, conocida por sus anticuchos de corazón, que desde hace más de 35 años viene deleitando con su sabor único y especial, tanto así que gente que retorna a nuestro país luego de muchos años fuera de la patria, la busca para saborear su



delicioso potaje. La señora Grimanesa Vargas tiene un prestigio ganado dentro y fuera nuestro país, como su aparición en la revista Saveur de Nueva York.

Estos factores son muy importantes y permiten que un vendedor ambulante pueda incrementar su clientela, mejorar su negocio, buscando la formalidad para consolidarse como un micro empresario y luego expandirse.

El concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014 mediante un plan de negocios logró la formalización de los finalistas de dicho programa, mostrando una oportunidad de inversión altamente rentable, poniendo en valor el talento de muchos cevicheros emprendedores pero que actualmente son informales, sin embargo, podrían convertirse en grandes empresarios. Esta oportunidad de negocio consistió en implementar una “barra cevichera”, cuyo giro principal es preparar y vender platos de ceviche al paso, brindando a los clientes la comodidad necesaria para su consumo.

La “barra cevichera” se ha diseñado pensando en las personas que buscan como opción el consumo de comida marina, destacando su producto principal el Ceviche, exquisito plato, producto de una excelente mezcla de ingredientes acompañado de un servicio rápido y de calidad. El Ceviche, declarado formalmente Patrimonio Cultural de la nación, es considerado parte de la identidad nacional de los peruanos.

Los elementos claves de éxito del negocio son:

- El tipo y calidad del producto.
- Diseño e infraestructura adecuados.
- Claro proceso de preparación, que permita mantener una correcta higiene, mostrando un aspecto inocuo y pulcro.
- Personal de excelente trato, con experiencia en restaurantes o centros de abastecimiento y/o preparación de comidas marinas.
- Ubicación ideal, céntrica, conocida, con tránsito fluido de personas, de fácil acceso y cercana a oficinas y zonas comerciales.
- Uso de las redes sociales twitter, YouTube y Facebook como principales medios de difusión, que permitan dar a conocer el negocio.
- Capacitaciones periódicas en temas relacionados con el ámbito del negocio que promuevan la formalidad y la sostenibilidad del negocio.

Estos aspectos requerirán una atención personalizada a cargo del talentoso y dedicado cevichero, principal actor y futuro empresario exitoso.

#### **1.2.2.2 Las Tecnologías apropiadas para la venta de alimentos ambulatorios.**

Palomino Huamán, en un estudio para la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura, señala que las tecnologías apropiadas para la comercialización de alimentos son todas

aquellas que incluyen prioridades establecidas incluyendo la dotación de agua segura con grifos para agua corrida y almacenamiento de aguas residuales, de la misma manera escurridores para vajillas, secadores y recipientes para la recolección de basura con tapa a báscula, la cual puede ser abierta por acción del pie y para la cocción de los alimentos el uso de las cocinas de gas (FAO, 2011).

### **Aspectos críticos en las condiciones mínimas de Seguridad Alimentaria.**

En un estudio realizado por la Dirección General de Protección de Alimentos en Perú, para poder investigar las condiciones higiénicas y sanitarias de los puestos de venta callejeros, se utilizó una ficha de inspección que identificaba 25 requisitos considerados indispensables para garantizar las condiciones mínimas de seguridad alimentaria. Entre ellos destacaban, la disponibilidad de agua de buena calidad para la preparación de los alimentos, para el lavado de la vajilla y las manos, la eliminación del agua servida y de los residuos de la preparación de los alimentos, los medios para su conservación una vez preparados, los utensilios para servirlos, etc. Los resultados no fueron los deseados ya que no se encontraron las condiciones de seguridad necesarias (Palomino, 2006, citado en FAO, 2011).

El agua es muy importante para la preparación de los alimentos, y para aquellos que no emplean material descartable porque utilizan vajilla reutilizable que deben lavar, la disponibilidad de agua de buena calidad es uno de los puntos críticos para lograr alimentos de calidad

sanitaria idónea, sin embargo constituye uno de los que menos se cumple: los vendedores callejeros se abastecen de agua directamente de grifos de la red pública ubicados en establecimientos cercanos o a través de proveedores llamados “aguateros”, en ambos casos, el agua que originalmente fue de buena calidad se ve afectada por una deficiente manipulación y conservación.

Por otro lado, Palomino señala, en un estudio practicado en cuatro ciudades del Perú sobre el agua utilizada en las ventas callejeras de alimentos, el 30% de las muestras resultó contaminado con restos de coliformes fecales, y se trataba de agua procedente de la red pública. Por este motivo se decidió difundir el uso del cloro para el agua utilizada en las ventas callejeras, cualquiera fuera su origen. Un segundo punto crítico resultó ser la recolección y eliminación de las aguas servidas resultantes de la preparación de los alimentos y del lavado de la vajilla y que, por lo general, se vacían en las alcantarillas y en algunos casos se arrojan directamente a la vía pública, jardines o terrenos baldíos, convirtiéndose en un serio factor de contaminación del ambiente que rodea el puesto de venta callejera, los restos de alimentos que contienen estas aguas son alimentos para los roedores.

Así también, continúa mencionando el Dr. Palomino Huamán (2006), citado en FAO (2011), que la generación de residuos sólidos resultantes de la preparación callejera de alimentos, da lugar a la formación de basureros que atraen insectos y roedores convirtiendo

a los lugares de venta callejera en otro factor de deterioro del ambiente circundante, sobre todo cuando los servicios públicos de recolección de basura no colocan recipientes en lugares accesibles y estratégicos (p. 62).

La conservación de los alimentos preparados, durante el tiempo que transcurre hasta su venta es otro punto crítico importante. El análisis microbiológico de alimentos de procedencia callejera efectuado en Lima mostró una mayor cuenta de coliformes fecales en aquellos preparados con mucha anticipación a su consumo y que se mantuvieron a la intemperie sin protección alguna. La conservación de las comidas en la vía pública es un punto crítico sobre todo en lugares de clima caliente o en época de verano y, especialmente, cuando son alimentos que reúnen condiciones para actuar como medio de cultivo de bacterias patógenas o por su facilidad de deterioro, como es el caso de las preparaciones que contienen mayonesa de huevo, mariscos frescos, ceviches de pescado crudo, etc. (Palomino, 2006, citado en FAO, 2011).

El empleo de vajilla y cubiertos reutilizables genera otro problema sanitario derivado de un deficiente lavado de este material, debido principalmente a la escasa cantidad y/o mala calidad del agua utilizada y al empleo de secadores sucios o escurridores inadecuados. El tipo de cocina que se emplea para preparar, terminar de preparar o recalentar las comidas es otro aspecto de infraestructura que requiere ser resuelto para obtener un alimento inocuo. Cualquiera sea

el modelo y el tipo de combustible utilizado, el calor generado debe asegurar una cocción completa, especialmente de las carnes. Finalmente los medios utilizados para proteger los alimentos expuestos para la venta varían desde vitrinas de aluminio y vidrio, a campanas de malla metálica, tul, o a simples telas de algodón o cubiertas de plástico, por lo general, las dos primeras soluciones cumplen su función protectora, no siendo así para las cubiertas de tela y sobre todo de plástico que, al contrario, crean un microclima favorable a la multiplicación bacteriana (Palomino, 2006, citado en FAO, 2011).

### **Filtros de agua para puestos ambulantes**

En el Perú como parte de otro proyecto FAO se han desarrollado dos modelos. Un puesto móvil de carácter integral instalado sobre un triciclo y construido en hierro galvanizado y en acero, con las superficies de trabajo cubiertas de fórmica, y tanques de fibra de vidrio, su costo es de alrededor de 400 dólares (FAO, 2011). El tanque del agua tiene capacidad para 50 litros y el recipiente del agua servida es de igual capacidad e idéntico material, la parte delantera de la estructura metálica dispone de un soporte para colocar el recipiente de la basura.

El otro modelo, pero de carácter parcial, denominado «módulo higiénico-sanitario», fue propuesto en Lima para resolver los problemas de abastecimiento de agua y de eliminación de residuos líquidos y sólidos. Es un modelo

complementario o accesorio a los puestos ya existentes, construido en hierro galvanizado, posee un tanque de acero inoxidable con 80 litros de capacidad para el agua, un depósito de hierro galvanizado para el agua servida de 60 litros, un lavadero de acero inoxidable instalado en estructura de hierro. La estructura total tiene un peso de 160 kilogramos (incluyendo los 80 litros de agua), dispone de un sistema de rodaje de cuatro ruedas, con las delanteras giratorias, su costo es de aproximadamente 530 dólares (FAO, 2006, p. 64).

### **Conservadores para alimentos y el equipamiento del comercio ambulatorio.**

Para el escurrido de la vajilla y cubiertos se propusieron diferentes modelos de escurridores de plástico, aceptándose el uso de secadores de tela limpios solamente para el secado de la vajilla en las horas de mayor actividad, estos secadores deben lavarse diariamente. Para la recolección de la basura y residuos se han difundido los recipientes de plástico con tapa a báscula y el uso de una bolsa de plástico para facilitar el retiro del contenido.

Para la cocción de los alimentos los sistemas han variado, el más utilizado es el de las cocinas de gas, que además resulta el más limpio. En orden descendente de empleo aparecen el kerosene y en ciertas áreas alejadas de los grandes centros urbanos los anafres o cocinas a base de carbón, este último se ajusta a formas de

preparación muy arraigadas en ciertas culturas y etnias regionales como en el caso de las «carnitas» en México, los «anticuchos» en Perú, el «pescado asado al carbón» en Colombia, etc.

Para la conservación en caliente de los alimentos se han propuesto los sistemas de baño de María, similares a las «tavolas caldas» que resultan costosas y que en algunos casos han sido aceptadas por vendedores con ambición. En El Salvador, una empresa distribuidora de gas preparó un modelo para la exhibición y conservación de las comidas con el sistema de baño de María que utilizaba gas propano: prácticamente se trataba de una mesa caliente que permitía mantener las diferentes preparaciones por encima de los 80°C durante varias horas. Tres vendedoras callejeras lo adquirieron por 800 dólares con un crédito concedido por la misma compañía, pagable en cuotas mensuales.

Otra forma de conservación en caliente, sobre todo de carnes fritas o asadas, ha sido el empleo de focos de luz de gran intensidad, pero esta fórmula se está desalentando porque el calor que produce está por debajo de los 60°C, lo que resulta contraproducente, pues por debajo de esta temperatura se facilita la multiplicación de los gérmenes patógenos.

### **Equipamiento básico para la venta ambulatória de Ceviche**

El equipamiento básico para la venta de Ceviche en Lima Metropolitana lo constituye principalmente la carretilla. Estas unidades móviles son diseñadas y construidas localmente, consistiendo



esencialmente en un cajón de madera con cuatro ruedas al cual en épocas de verano y primavera, habitualmente se le incorpora un toldo de lona plastificada, tela de algodón o de hojas de plástico flexible.

Existen diversas versiones de carretillas para la venta callejera de Ceviche, considerándose que las versiones más usadas son las siguientes:

La FAO (1997), propone un modelo para puestos de venta de Ceviche bajo las siguientes especificaciones, tomando en consideración el tamaño del puesto de venta:

(i) Modelo Pequeño de Puesto de Venta de Ceviche

Dimensiones: 1.48 m de largo x 0.87 m de ancho y 0.98 de altura

Detalles constructivos:

- Habitualmente se utiliza madera de tipo tornillo para la construcción de la caja y la estructura de soporte.
- La superficie de trabajo y el área de exhibición están enchapados con lámina de fórmica.
- Este diseño básico usualmente incluye un cajón central incorporado en el área de exhibición donde se colocan las bandejas con el ceviche
- Cuatro ruedas sólidas de caucho o jebe

- El equipamiento incluye 6 a 7 bancos madera para sentar a la clientela, así como un cilindro de plástico (20 l de capacidad) para el almacenamiento del agua para lavar los platos y vasos. Además, 2 baldes para lavar y enjuagar los platos y vasos
- Toldo de lona, plástificada o tela de algodón o hojas de plástico flexible (incluye estructura de soporte en madera)
- Juego de vajilla y cubiertos para 12 comensales; bandejas de fierro enlosado y campanas de malla plástica para protección contra las moscas.

Área aproximada que ocupa el puesto

(incluyendo área para 6 comensales sentados): 5.5 m<sup>2</sup>

(ii) Modelo Mediano de Puesto de Venta de Ceviche

Dimensiones: 1.7 m de largo m de largo x 0.95 m de ancho y 0.98 m de altura

Detalles constructivos:

- Similares materiales a los empleados en el modelo pequeño son usados para este modelo, tanto para la caja como la estructura de soporte. La superficie de trabajo y el área de exhibición están enchapados con lámina de fórmica

- Este diseño básico además de incluir el cajón incorporado en el área central, en muchos modelos, incluye una vitrina de exhibición de lunas de vidrio y estructura de ángulo de aluminio o fierro galvanizado, con 3 compartimientos para exhibir sus diferentes tipos de ceviche y bebidas
- Cuatro ruedas sólidas de caucho o jebe
- Este equipamiento incluye 8 bancos de madera para sentar a la clientela así como 2 cilindros de plástico de (20 l de capacidad) para el agua de lavado. Además, 4 baldes para lavar y enjuagar los platos y vasos
- Toldo de lona plástificada tela de algodón (incluye estructura de soporte en madera)
- Juego de vajilla y cubiertos para 16 comensales.

### **1.2.2.3 Las Costumbres populares relacionadas con la cocina peruana.**

El Chef Ferrán Adrià propietario del restaurante “El Bullí” en España artista de la cocina, reconocido como uno de los mejores cocineros del mundo señala:

“Sé que la cocina peruana tiene mucha tradición y una gran variedad de productos que seguramente, muchos me lo han dicho, me dejaría sorprendido. Son muchos los frutos, como

los amazónicos, que se están incorporando a su cocina. Esto se proyecta como una verdadera revolución”. “Lo que para ustedes es tradicional para nosotros puede ser moderno, como el ceviche, por ejemplo: La combinación de sabores dulces, salados y ácidos es también algo diferente. Eso la hace una cocina muy personal, con mucha tradición pero que también acepta el cambio. Creo que la peruana es una de las cocinas que dará mucho que hablar próximamente y es una cuenta pendiente para mí” (PromPerú, 2009, p. 11).

### **Antecedentes Históricos**

Estos ambulantes recorrían las calles con sus peroles de comida, sobre canastos que podían transportar sobre la cabeza o a lomo de jumento, despachaban en pequeñas instalaciones llamadas ranchos o carpas, de manera improvisada.

A mediados de siglo XIX, el grueso de los vendedores ambulantes de comida se incrementó debido a la manumisión de esclavos término de gran parte de los contratos de la peonada agrícola china.

Macera y Soria (2015), nos señalan que la comida ambulante es mestiza porque fusiona ingredientes de origen andino como papa, ají, cuy, pescado y carne de llama con ingredientes hispanos como trigo, azúcar y uva, además de carnes rojas como vaca, chancho y carnero) y de aves de corral. De los españoles, los andinos heredaron el gusto por

comer chicharrón, pan de trigo, bizcochos y empanadas, muy socorridas con restos, cárnicos y verduras de la olla. De los andinos, los españoles adoptaron en sus comidas el uso del charqui papa y ají, para degustar la carapulca, tamal y cebiche, entre otros (p. 215).

Los platos populares producto de la culinaria mestiza, expendidos por los vendedores ambulantes de la época colonial y la república fueron el cebiche, causa, anticuchos, chunchulíes, carapulca, cau cau, tamal, humita, bizcocho y el pan en sus diversas presentaciones. Este tipo de comida popular era expendido por vendedoras ambulantes, a las que popularmente se les denominaba: "la almuercera", "la picantera chilcana", la "pescaufritera", "la vivandera", "la causera", entre otros sobrenombres recogidos por el acuarelista Pancho Fierro.

Macera y Soria (2015), señalan que estos platos constituyeron la base del menú ofrecido por los ambulantes a la plebe, consumía con mucho ají, dada su predilección por el sabor picante. Según Manuel Atanasio Fuentes, la plebe gustaba comer guisos picantes, a fin de sentir esa extraña sensación de mortificante placer, el cual llegaba al extremo de arrancarles lágrimas. En esos platos "picantes" se utilizaba carne de res, pescado, charqui, papas, etc. El más picante de todos, y que según Fuentes arrancaba tantas lágrimas como los celos, era el cebiche. Este potaje

preparado con pedazos menudos de pescado o de camarones se cocinaba con zumo de naranjas agredas mucho ají y sal, los comensales aplacaban la intensa picazón del cebiche bebiendo la refrescante chicha. Todos esos exquisitos platillos eran ofrecidos en las calles limeñas por numerosas vivanderas negras (p. 215-217).

### **Tradiciones**

En las distintas etapas de la historia del Perú el sistema de mitos y creencias, así como la religión y las costumbres del Perú han ido variando. Así como el Perú es reconocido en el mundo por sus riquezas naturales y arqueológicas, en el futuro cercano nuestro país será sinónimo de alta cocina. Forjada en una rica tradición de varios siglos, está ha logrado destacar por su variedad y por su capacidad para reinventarse sin renunciar a su identidad mestiza.

Aunque suene atrevido decirlo, el privilegio de estas benditas tierras y productos licencia para decir:

“Bienaventurados los peruanos porque de nosotros es el reino de la buena comida”, son pocos los pueblos que pueden disfrutar de la magnificencia gastronómica que la naturaleza, la historia y la incomparable creatividad de nuestra gente han puesto en nuestras mesas. Demos las gracias porque entre nosotros nació una de las mejores cocinas del mundo para deleite de una nación con un gusto

muy especial cuando de comer se trata (PromPerú, 2009, p. 13).

Remontándonos a la historia y a la gastronomía de nuestros antepasados, Maritza Villavicencio señala que “la cocina de los andes debió ser sencilla y relativamente monótona, con predominio de vegetales y frutas de estación, salvo en días festivos, cuando se comía carne”, lo cual implica que ya desde tiempos ancestrales las festividades tenían relación con la degustación de platos especiales (Villavicencio, 2007, p. 63).

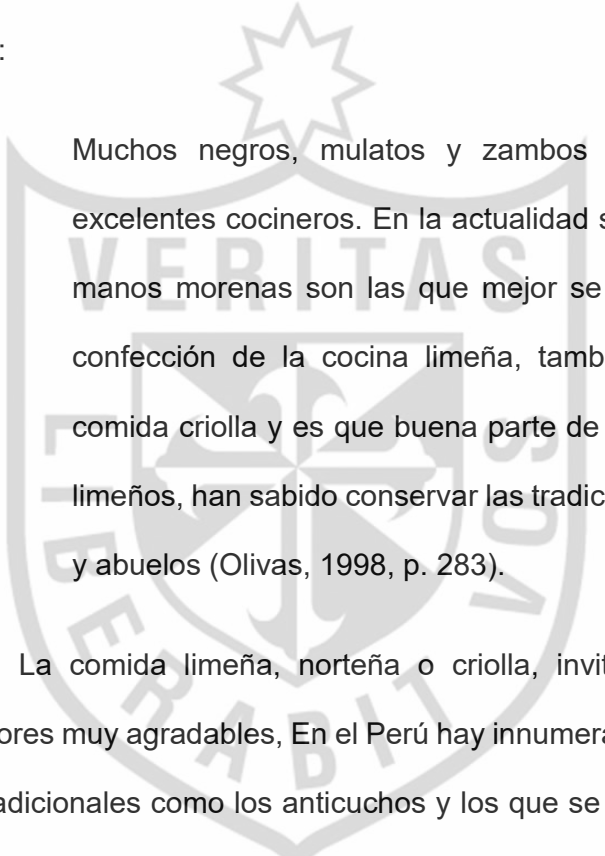
Así mismo, con la llegada de los españoles a nuestra patria, aparece una fusión gastronómica. Rosario Olivas señala “La mezcla de ingredientes y técnicas originarias de uno y otro continente” (Olivas, 1998, p. 74).

Esta fusión crea nuevas preparaciones, con la combinación de alimentos americanos y europeos, son las características principales de la cocina del siglo XVI, Un mestizaje que aconteció de manera casi inmediata al arribo de los europeos a tierras peruanas.

Es así que continúa señalando que surgieron una serie de originales comidas, bebidas y postres, con cuatro elementos que modelaron la cocina virreinal en cada pueblo, ciudad o región: las comidas, bebidas, costumbres gastronómicas que se conservaron desde la época prehispánica y los productos que la zona disponía.

Todas estas fusiones y costumbres se conservan hasta el día de hoy, como las corridas de toros, fiestas patronales, etc., en las cuales siempre están presentes deliciosos potajes de nuestra gastronomía.

Con la llegada los primeros esclavos negros llegaron a nuestras tierras se ampliaron las posibilidades gastronómicas y se pudo apreciar con deleite esta nueva cocina, por eso Rosario Olivas afirma que:



Muchos negros, mulatos y zambos se convirtieron en excelentes cocineros. En la actualidad se reconoce que las manos morenas son las que mejor se desempeñan en la confección de la cocina limeña, también conocida como comida criolla y es que buena parte de ellos, como buenos limeños, han sabido conservar las tradiciones de sus padres y abuelos (Olivas, 1998, p. 283).

La comida limeña, norteña o criolla, invita a un mundo de sabores muy agradables, En el Perú hay innumerables potajes típicos y tradicionales como los anticuchos y los que se elaboran a base de tripas llamados “choncholfes”, estos los encontramos en las esquinas de las plazas, en los restaurantes cercanos al Puente de Alameda en Barranco y en cualquier otro distrito, para su preparación basta tener visceras y tripas de animales recién sacrificados que se lavan muy bien, se parten y simplemente se aderezan con sal, luego se colocan directamente sobre las brasas por unos segundos, se les da la vuelta y de inmediato se comen.



## Celebraciones Populares

En este maravilloso país llamado Perú, existe diversidad de celebraciones populares, las cuales se relacionan con su identidad regional y acervó religioso, entre ellas podemos señalar la fiesta de la Semana Santa en Ayacucho, la del Corpus Christi en Cusco, el Señor de los Milagros en Lima, etc. Estas tradiciones se relacionan con la gastronomía ya que en cada celebración hay platos típicos que los acompañan. Al hablar de la comida en Lima Metropolitana, no podemos dejar de señalar a los deliciosos anticuchos de corazón de res, los cuales son parte de la celebración del Señor de los Milagros, junto a la tradicional mazamorra morada o los deliciosos picarones.

El consumo de picarones se remonta al periodo colonial, se presume que nacieron como una variante de los conocidos buñuelos españoles. Durante los primeros años de la república era costumbre prepararlos por la tarde y no solo durante las fiestas. El escritor Peruano Ricardo palma recrea esta tradición picaronera en varios de sus relatos que retrata el ambiente limeño de principios del siglo XIX. Una antigua receta de la época indica que se preparaban con camote, zapallo, harina, sal y anís, además de chicha de jora y cerveza. Hoy en día todavía es posible encontrarlos en las esquinas de los barrios tradicionales, en restaurantes o en festivales gastronómicos los fines de semana (PromPerú, 2009, p. 79).

La mazamorra preparada con maíz se conocía desde tiempos pre-hispánicos. Algunos cronistas mencionan a la “motalsa” o ishkupcha de maíz amarillo como variantes de nuestra clásica mazamorra morada que surge durante el periodo colonial. En Lima se preparaban varios tipos de mazamorra morada, pero es esta la que se llevó siempre los laureles. Su ingrediente principal es el maíz morado, de color oscuro e intenso y un sabor muy especial. Con él se prepara la chicha morada y este postre, ambos íntimamente ligados a la otrora Ciudad de los Reyes, al punto que a fines del siglo XIX el escritor Peruano Ricardo Palma acuñó la expresión “limeña mazamorrera” (PromPerú, 2009, p. 77).

El anticucho es un tipo de brocheta de origen peruano, se caracteriza por el uso de corazón de res y su consumo está ligado a la procesión del Señor de los Milagros, pero en realidad su consumo se da durante todo el año por su delicioso sabor.

Esta creación culinaria está íntimamente ligada a tradiciones como el señor de los Milagros y a las tardes taurinas de la plaza de Acho, cuando hacían su aparición las vivanderas especialistas en el arte de sazonar el corazón, la pancita y el chinchuli. Se atribuye su creación a los esclavos asentados en los arrabales de la ciudad colonial, pero en realidad es también producto del mestizaje, el vocablo anticucho hace referencia a voces andinas que emulan la

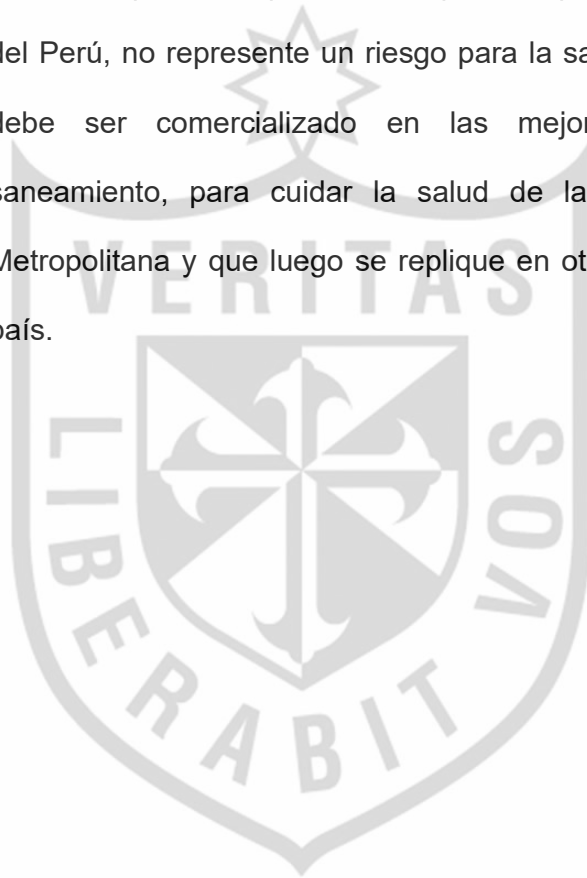
preparación del plato, pues los indios bautizaron la maceración de la carne de res en un preparado de ají y especias como iquichu o atikucho que significa “ahogar”, “sofocar” o “sumergir en ají” (PromPerú, 2009, p. 50).

El origen del cebiche se remonta a la época prehispánica, cuando los antiguos peruanos comían crudo el pescado. Esta práctica estuvo muy difundida entre los pueblos de mayor actividad pesquera, como los moches o chimúes. Francisco de Xerez (1467-1565), secretario de Francisco Pizarro, en su Verdadera Relación de la conquista del Perú, destaca la asiduidad con que los indios costeros consumían carne cruda de pescado junto con maíz cocido y tostado. Hacia 1550. Pedro Gutiérrez de Santa Clara en sus Quinquenarios, precisa que la omofagia del pescado podía encontrarse desde el pueblo de Paita hasta la gobernación de Chile, pues “los indios desta costa pescan a su salvo y todo el pescado que toman en el rio o en el mar se lo comen crudo sin temor dellos”. A su vez, el cronista Francisco López de Gomarra (1511-1560) en su Historia general de las indias menciona que en la costa de estos llanos “pescan sin miedo y mucho comen crudo el pescado, que así hacen con la carne en su mayor parte” (Macera y Soria, 2015, p. 67).

El ceviche fue declarado Patrimonio Cultural de la Nación por Resolución Directoral Nacional N° 241 del 23 de marzo del 2004,

que fue publicado el 17 de abril del mismo año en el Diario El Peruano.

El Ceviche es un plato bandera del Perú, también es reconocido a nivel internacional, nadie puede dejar de disfrutarlo, en todo lugar y a precios al alcance de los bolsillos de todos los peruanos, pero lo importante es que este plato tan representativo del Perú, no represente un riesgo para la salud y es por ello que debe ser comercializado en las mejores condiciones de saneamiento, para cuidar la salud de la población de Lima Metropolitana y que luego se replique en otras zonas de nuestro país.





## CAPÍTULO II

### HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

#### 2.1 FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

##### 2.1.1 Hipótesis general

H1: La Gestión de alimentos y bebidas que se realiza en el comercio ambulatorio tiene relación significativa con la satisfacción del público consumidor de los establecimientos de participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014.

##### 2.1.2 Hipótesis específica

###### 2.1.2.1 Primera hipótesis específica

H<sub>1</sub>: La higiene en la manipulación de alimentos y bebidas tiene relación significativa con la preferencia de consumo de los clientes de los establecimientos participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014.

### 2.1.2.2 Segunda hipótesis específica

H1: Las técnicas de limpieza e higiene de los equipos e instalaciones tienen relación significativa con la preferencia de los consumidores de alimentos en los establecimientos participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014.

### 2.1.2.3 Tercera hipótesis específica

H1: La calidad de atención del personal tiene relación significativa con la satisfacción del consumidor de alimentos de los establecimientos de participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014.

## 2.2. DEFINICIÓN OPERACIONAL

### Variables: Gestión de alimentos y bebidas

| VARIABLES                      | DIMENSIONES   | INDICADORES                    |
|--------------------------------|---|--------------------------------|
| Gestión de alimentos y bebidas | La Restauración                                       | El Restaurante                 |
|                                |   | Manejo de alimentos y bebidas  |
|                                |   | Atención al cliente            |
|                                | Saneamiento en la manipulación de alimentos y bebidas | Trazabilidad                   |
|                                |   | Contaminación de los alimentos |
|                                |   | Normas HACCP                   |
|                                | Equipamiento  | Menajes                        |
|                                |   | Baterías                       |
|                                |   | Utensilios                     |

## VARIABLES: Percepción del consumidor de comida ambulatoria

| VARIABLES                                       | DIMENSIONES  | INDICADORES   |
|---|--|---|
| Percepción del consumidor de comida ambulatoria | El Comercio Informal   | Actividades Informales  |
|   |  | Ambulantes  |
|   |  | Venta de comida ambulatoria   |
|   | Las Tecnologías apropiadas para la venta de alimentos ambulatorios | Aspectos críticos en las condiciones mínimas de seguridad alimentaria   |
|   |  | Filtros de agua para puestos ambulantes de alimentos                    |
|   |  | Conservadores para alimentos y el equipamiento del comercio ambulatorio |
|   | Las Costumbres populares relacionadas con la cocina peruana        | Antecedentes históricos   |
|   |  | Tradiciones   |
|   |  | Celebraciones Populares   |

### 2.3. DEFINICIÓN CONCEPTUAL

#### GESTIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS:

Una adecuada Gestión de alimentos y bebidas se relaciona con todo lo que corresponde al mundo de la Restauración, desde la adquisición de los ingredientes con los que se van a preparar los potajes, hasta su adecuada comercialización, es decir todo el proceso que se realiza para que cada uno de los que disfrutamos de una buena mesa, nos encontremos bien atendidos y sobre todo disfrutemos al comer, lograr la satisfacción de los clientes es la principal misión que se debe tener en cuenta en la Gestión de alimentos y bebidas. Por ello el cliente de los próximos años va a tener

un mayor conocimiento de lo que se ofrece y esto le va a permitir elegir y seleccionar aquello que más le convenga en función de sus motivaciones, deseos, expectativas, tratando de obtener por su dinero el mayor valor posible (Felipe, 2001, p. 31).

### **EL RESTAURANTE:**

Hoy en día el término restauración está relacionado a las actividades de fabricación, transformación y las ventas de comida y bebidas, la cual tiene mucha aceptación en estos tiempos. Por ello la restauración puede ser definida como “La actividad que se dedica a la prestación de servicios de comidas y bebidas” (García, et al., 2007 p. 2).

### **SANEAMIENTO EN LA MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS:**

La higiene en la restauración puede ser definida como “el conjunto de normas y medidas necesarias con el fin de asegurar la inocuidad, salubridad e integridad de los alimentos y bebidas que se manipulan en diversos establecimientos y cuyo destino final es el consumo. Este conjunto de normas se debe cumplir en todo el proceso de la cadena alimenticia, es decir, desde la gestación del alimento hasta la manipulación previa a su consumo” (García, et al., 2007 p. 40).

### **EQUIPAMIENTO:**

Son los que se adaptan a un espacio previamente establecido y se instalan una vez acabada la obra. “En el equipamiento mobiliario se engloba todo aparato que permita preservar, elaborar y cocinar un alimento” (Leikis, 2007).



## **ESTABLECIMIENTOS DE COMIDA AMBULATORIA:**

Con el término comida popular ambulante solemos referirnos al “conjunto de platillos, que son preparados y consumidos en la calle, a diferentes horas del día, durante toda nuestra historia, las clases populares siempre tuvieron espacios exclusivos urbanos en los cuales, además de comer podían compartir tradiciones culinarias y socializarse” (Macera y Soria, p.13).

## **EL COMERCIO INFORMAL:**

Antes de la conquista, el trueque o rescate, era el mecanismo empleado por los indios en la Catu o mercadillos para intercambiar alimentos, con el tiempo esta actividad se fue incrementando.

Ambulante informal es aquel que recorre, de manera permanente, un mercado, una paradita, calles, avenidas y urbanizaciones, donde no hay ningún tipo de restricción. No cuenta con ninguna autorización municipal y traslada productos de poco valor y escasa variedad. (Macera y Tácunan. 2015, p.35).

## **LAS TECNOLOGÍAS APROPIADAS PARA LA VENTA DE ALIMENTOS AMBULATORIOS:**

Palomino Huamán señala que “Las tecnologías apropiadas para la comercialización de alimentos son todas aquellas que incluyen prioridades establecidas incluyendo la dotación de agua segura con grifos para agua corrida y almacenamiento de aguas residuales, de la misma manera

escurridores para vajillas, secadores y recipientes para la recolección de basura con tapa o báscula, la cual puede ser abierta por acción del pie y para la cocción de los alimentos el uso de las cocinas de gas” (FAO, 2011).

## **LAS COSTUMBRES POPULARES RELACIONADAS CON LA COCINA PERUANA:**

Aunque no se sepa de documentos exactos que nos descifren la cantidad de comerciantes que inicialmente contribuyeron al comercio ambulatorio, esta actividad tomó un rol importante en la nueva urbe apenas fundada la Ciudad de los Reyes en el año 1535. Se dice que Lima se convierte en el centro de esta actividad mercantil puesto a que muchos fueron los mercaderes que se vieron beneficiados con las Guerras Civiles. Los comerciantes ambulantes de esa época recibían el nombre de “cajoneros” debido a las tienditas de madera (“cajones”) que se podían encontrar a lo largo de la vía pública. Asimismo, los mercachifles o regatones eran los vendedores de las plazas, calles y mercados. En la época colonial el encargado de regular este tipo de actividad era el Cabildo de Lima, el cual aplicaba castigo a los vendedores ambulantes de pan y carne porque los ambulantes ocupaban los portales de la plaza mayor (Alonso Iwasaki y Gherzi, 1989, p. 125).

Ante la crisis de los años ochenta, las calles fueron el mejor refugio de quienes por la desigualdad de oportunidades, el desempleo y la aspiración de querer ser independiente respondieron desarrollando una actividad informal comercial que se imponía con fuerza y que trajo consigo un nuevo significado cultural que se iría entretejiendo con gran ímpeto.

El comercio ambulatorio se acentuó a mayor fuerza a partir de los años ochenta. Debido a la llegada de migrantes de las zonas rurales hacia la capital Lima y debido a la crisis económica.



## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. DISEÑO METODOLÓGICO

##### 3.1.1 Tipo de Investigación

La investigación es básica porque aportará al conocimiento de las variables Gestión de alimentos y bebidas y establecimientos de comida ambulatoria, presentando las razones para comprender el proceso de la investigación que conlleva a lograr mejores resultados.

Como seres racionales e inteligentes, en principio todas las personas de alguna manera investigan en la búsqueda de explicaciones de las cosas que le rodean o de lo que la vida les depara, para saber lo que antes no sabían. Aún sin someterse al régimen sistemático y formal de una investigación científica

La investigación es cuantitativa de tipo descriptiva simple, ya que se está recogiendo información solo de las variables anteriormente mencionadas.

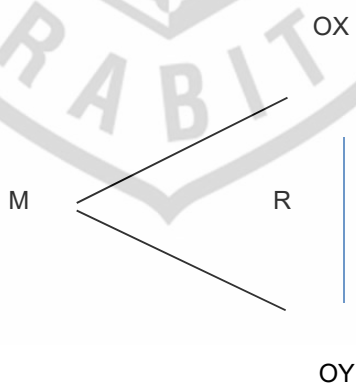
### 3.1.2 Diseño

La presente investigación corresponde al diseño no experimental de tipo correlacional, debido a que se observan las variables tal y como están en su contexto natural sin una manipulación intencional por parte de investigador.

Es de tipo correlacional transaccional por cuanto se investigará la relación de las variables en un instante determinado.

Finalmente, es la investigación es descriptivo - correlacional, descriptivo porque su objetivo es indagar la incidencia y los valores en que se manifiestan las variables de estudio proporcionando una visión de la situación en que sucede, y correlacionales porque busca establecer la relación entre dos variables, en este caso entre la calidad de las relaciones y los contenidos, por tanto, el diseño es:

Diseño específico:



Dónde:

OX: Observación de la Gestión de Alimentos y Bebidas

OY: Percepción de los consumidores de alimentos ambulatorios

M: Muestra

R: Relación

### **3.1.3 Nivel de profundidad**

La presente investigación es de tipo correlacional por cuanto este tipo de estudios tiene como propósito evaluar la relación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto particular.

Es cuantitativa porque los datos están representados a través de un estudio numérico, es decir, a través de métodos estadísticos que han analizado la información obtenida a través de encuestas según escala de Likert realizada a la población en un determinado contexto.

Y es cualitativa porque se ha realizado otro proceso de recolección de datos no estandarizados como la observación, la cual no se somete a estudios numéricos de métodos estadísticos, si no a la interpretación y análisis de la información recolectada.

En la presente investigación se ha establecido la relación entre dos variables y sus respectivas dimensiones, estas son: Gestión de Alimentos y Bebidas y Establecimientos de Alimentos Ambulatorios.

### **3.1.4 Método de investigación**

El método de investigación es deductivo, porque va de lo general a lo específico como se plantea en la investigación en la introducción de la realidad problemática. Por lo cual analizaremos la siguiente definición: “El método inductivo es un proceso en el que, a partir del estudio de casos

particulares, se obtienen conclusiones o leyes universales que explican o relacionan los fenómenos estudiados”.

Es decir, se parte de un estudio en particular, para obtener resultados, relacionando los fenómenos estudiados y comprobar así su validez.

## **3.2 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

### **3.2.1 Técnicas de recolección de la información.**

#### **Análisis Documental Clásico o Cualitativo:**

Para la presente investigación se realizó el análisis documental clásico para poder recolectar la información, es decir tener un acopio de bibliografía actualizada, la cual se pudo obtener en diversos textos, revistas, informes y otros que contribuyeron como soporte para la elaboración del Marco Teórico.

#### **Fichaje:**

Se consignó información significativa y de interés para relacionada con la gestión de alimentos y bebidas, así como con el comercio ambulatorio, por escrito, en tarjetas de distintos tamaños. Esto ha permitido sistematizar de mejor la información relevante, teórico y de otras fuentes documentales.

### 3.2.2 Instrumentos de recolección de datos

#### La encuesta

Para aplicar esta técnica fue necesario elaborar dos instrumentos denominados cuestionarios, el primero dirigido al público consumidor de los establecimientos participantes del concurso “Ceviche con sentimiento” y el segundo a los dueños de dichos establecimientos.

Para ello, fue necesario ir a cada uno de estos puestos de comida, comprar y degustar dichos potajes, luego ya en confianza con el vendedor, se le mencionó que se estaba realizando una investigación sobre el trabajo que ellos realizan y que por ello se necesitaba de su colaboración, respondiendo a 16 preguntas, las cuales estaban plasmadas en un cuestionario.

De la misma manera se administraron 100 encuestas dirigidas a los consumidores de dichos establecimientos, los cuales respondieron a preguntas relacionadas con las variables de estudio de la presente investigación.

La encuesta permitió medir objetivamente los indicadores que generaron los resultados porcentuales de la investigación.

Se utilizaron dos instrumentos, el primero que se utilizó fue un cuestionario dirigido al público consumidor, compuesto por 20 preguntas con respuestas en escala tipo Likert, que midieron la relación de la Gestión



de Alimentos y bebidas en los establecimientos de comida ambulatória participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, sus dimensiones e indicadores.

El segundo cuestionario dirigido a los dueños de los establecimientos participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014.

### 3.2.2.1 Ficha técnica:

- Nombre: “La Gestión de alimentos y bebidas en los Establecimientos de comida ambulatória participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014.
- Autor: Roger Isaías Siclla Rodríguez
- Lugar: Lima, Perú
- Objetivo: Conocer la percepción de los consumidores de los establecimientos de venta ambulatória del concurso “Ceviche con sentimiento” - 2014, respecto a la Gestión de alimentos y bebidas.
- Administración: Individual y/o colectiva.
- Tiempo de duración: 20 minutos aproximadamente.
- Contenido: Se ha elaborado un cuestionario tipo escala de Likert con un total de 20 ítems, distribuido en cuatro dimensiones para cada variable y tres indicadores para cada dimensión.
- Indicador de evaluación:
  - Nunca (1) (Totalmente en desacuerdo)
  - Casi nunca (2) (En desacuerdo)

- A veces (3) (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)
- Casi siempre (4) (De acuerdo)
- Siempre (5) (Totalmente de acuerdo)

### 3.2.2.2. Validez y confiabilidad de los instrumentos

#### Validez por criterio de jueces

El cuestionario ha sido validado por el juicio de expertos y se ha otorgado la denominación de bueno (90%) al instrumento que mide la percepción de los profesionales respecto a la gestión de alimentos y bebidas y su relación con los establecimientos de comida ambulatoria, participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014.

Tabla 01 *Informe de Juicio de expertos*

| Expertos                          | Promedio de valoración |
|-----------------------------------|------------------------|
| Experto 1: Dr. Sergio Zapata      | 90%                    |
| Experto 2: Mg. Cristóbal Noriega  | 90%                    |
| Experto 3: Dra. Jacqueline Solano | 90%                    |
| Experta 4: Dra. Karina Bonilla    | 90%                    |
| Experto 5: Mg. Julio Lavado       | 90%                    |
| Promedio                          | 90%                    |

#### Confiabilidad:

- Se utilizó la prueba de confiabilidad de alfa de Cronbach para estimar la consistencia interna del cuestionario.

Para tal fin, se utilizó la siguiente fórmula:

$$\alpha = \left[ \frac{K}{K-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Siendo:

- o  $S_i^2$  La suma de varianzas de cada ítem.
- o  $S_t^2$  La varianza del total de filas (puntaje total de los jueces)
- o  $K$  El número de preguntas o ítems.

El coeficiente Alfa de Cronbach arrojó un valor de 0.805 lo cual indica que el instrumento utilizado es confiable para los fines de la presente investigación.

Tabla 02 *Estadísticos de fiabilidad para las variables*

| Alfa de Cronbach | N° de elementos |
|------------------|-----------------|
| 805              | 100             |

### 3.3 Técnicas estadísticas en el procesamiento de la información

La investigación describe y analiza las características de la gestión de alimentos y bebidas y el consumo de alimentos ambulatorios, lo que permite presentar una síntesis acerca de la problemática materia de estudio, mediante un procesamiento de datos.

Este estudio empleó el programa informático estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) paquete estadístico para las Ciencias Sociales, programa desarrollado por la Universidad de Chicago y se utilizó porque contiene todos los análisis estadísticos requeridos para esta investigación: Informes, estadísticos descriptivos, comparación de medidas, correlaciones, regresiones, clasificación, reducción de datos, escalas, pruebas no paramétricas, respuestas múltiples, validación compleja, series de tiempos, ecuaciones, etc.

Su uso es debido a la capacidad de trabajar con bases de datos de gran tamaño y permite la recodificación de las variables y registros según las necesidades.

Para la tabulación de los resultados obtenidos mediante el instrumento se utilizó el programa Microsoft Excel 2013, luego se trasladaron los datos a SSPS 20 y se realizó el análisis descriptivo de los ítems y para decidir las correlaciones se determinó el estadígrafo a utilizar mediante el test de Kolmogorov - Smirnov que permite establecer la normalidad de la distribución.

### **3.4 DISEÑO MUESTRAL**

#### **3.4.1 Población**

La investigación se realizó en Lima Metropolitana, y la población está constituida por 08 establecimientos de venta de comida ambulante, participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014 entre los

cuales se encuentran cocineros, ayudantes de cocina, meseros y consumidores.

Los participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014 son:

- Marcos Paredes: Calle independencia cuadra 4. Mercado Carmen de la legua. Callao
- Ángel Darío: Esquina de la avenida chira y prolongación Tacna. El Rímac.
- Paula Rodríguez: Esquina Bauzate y Meza con avenida Gamarra. La Victoria.
- Raúl flores: Esquina Bauzate y Meza con avenida Gamarra La Victoria.
- José Fernández: Esquina de la cuadra 7 y 8 de la avenida Iquitos La Victoria.
- Ronald Abad: Esquina de la avenida José Gálvez con García naranjo. La Victoria.
- Óscar Zavaleta: avenida La Marina cuadra 45 antes del ovalo de la perla. Callao.
- Marcos Medrano: Luis Varela y Orbegoso 213. Surquillo.

Tabla 03 *Cantidad de clientes*

|                 | <b>Cantidad de clientes<br/>lunes- viernes</b> | <b>Cantidad de clientes<br/>fines de semana</b> |
|-----------------|--|---|
| Marcos Paredes  | 100  | 200   |
| Ángel Darío     | 120  | 200   |
| Paula Rodríguez | 160  | 200   |
| Raúl Flores     | 130  | 200   |
| José Fernández  | 120  | 200   |
| Ronald Abad     | 180  | 250   |
| Oscar Zabaleta  | 150  | 200   |
| Marcos Medrano  | 140  | 250   |

Nota: La tabla 03 muestran la cantidad de consumidores que tienen los establecimientos participantes del concurso “Ceviche con Sentimiento”, 2014, en el cual se puede apreciar que los días de semana el puesto de Ronald Abad cuenta con un promedio de 180 consumidores al día, siendo este el más elevado, así mismo durante los fines de semana los más altos promedios los tiene Ronald Abad y Marcos Medrano con un promedio de 250 consumidores al día. Entre los que tienen menor público consumidor se encuentra Marcos Paredes con 100 comensales diarios, los días de semana.



**Figura 01**  
Cantidad de clientes.

### 3.4.2 Muestra

Para el desarrollo de la presente investigación la unidad de análisis de la muestra está constituida por el resultado de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \times (p \times q \times N)}{E^2 \times (N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$

DONDE:

|   |   |      |
|---|---|------|
| Z | = | 1.96 |
| P | = | 0.5  |
| Q | = | 0.5  |

|  |   |            |                     |
|--|---|------------|---------------------|
| E  | = | 0.05       |                     |
| N  | = | 135        | total de población  |
| $Z^2$                                      | = | 3.8416     |                     |
| $p \times q \times N$                      | = | 33.75      |                     |
| $E^2$                                      | = | 0.0025     |                     |
| N-1  | = | 134        |                     |
| $Z^2 \times p \times q$                    | = | 0.9604     |                     |
| $Z^2 \times (p \times q \times N)$         | = | 129.654    |                     |
| $E^2 \times (N-1) + Z^2 \times p \times q$ | = | 1.2954     |                     |
| n  | = | 100.088003 | muestra             |
| n  | = | 100        | redondeo de muestra |

Por lo cual, la muestra son 100 consumidores de alimentos ambulorios de los 8 establecimientos de venta de comida ambulatoria del concurso “Ceviche con Sentimiento” conducido por el Chef Gastón Acurio.

### 3.5 Aspectos Éticos

La investigación posee puntos de vista del autor, respetando las citas bibliográficas y propiedad intelectual.

Los aspectos éticos que se quieren desarrollar en esta investigación son los valores de la honestidad y esfuerzo. Ya que este trabajo, se desarrolla en bases académicas fidedignas que elude la base injustificable del plagio.

También es destacable el valor del esfuerzo, para conseguir el material bibliográfico, ya que al ser un tema inédito, hay poca información y se tuvo que recurrir a diversas bibliotecas y librerías, así mismo fueron largas horas trabajando en las bases de obtener los resultados de la investigación. Para asegurar una mayor precisión del conocimiento académico, protegiendo los derechos y garantizar una excelente participación a los involucrados que

formaron parte de esta investigación y reiterar la protección hacia sus derechos intelectuales se hace referencia con la veracidad del caso.







## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS**

El presente capítulo muestra los resultados obtenidos de las encuestas, la lista de chequeo y las entrevistas a los expertos en el tema de la gestión de alimentos y bebidas.

Los resultados fueron procesados usando el programa estadístico SPSS 20. En primer lugar se realizó la estadística descriptiva que muestra el comportamiento de los indicadores agrupados en las dimensiones consideradas para las variables de estudio. Luego se realizó la prueba de hipótesis para ello se realizó la prueba de Kolmogorov Smirnov para decidir el uso de la prueba no paramétrica Rho de Spearman que mide la significancia y el nivel de correlación estadística entre las variables de las hipótesis de estudio.

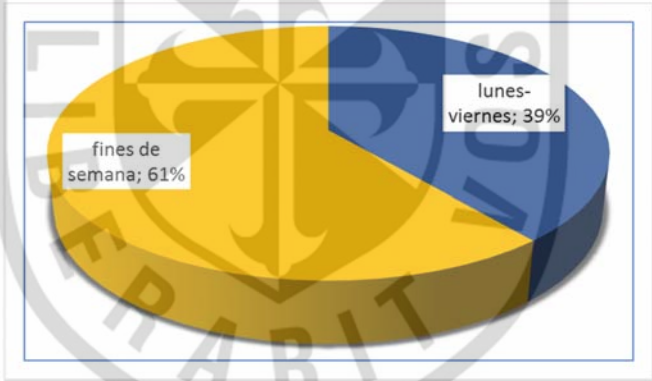
#### **4.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DESCRIPTIVOS**

**4.1.1** Presentación e interpretación de resultados cualitativos de la ficha de observación a los establecimientos del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014.

# GESTIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

Tabla 04 Cantidad de consumidores por establecimiento.

| Dueños de establecimiento | Lunes- viernes | Fines de semana |
|---------------------------|----------------|-----------------|
| Marcos Paredes            | 100            | 200             |
| Ángel Darío               | 120            | 200             |
| Paula Rodríguez           | 160            | 200             |
| Raúl Flores               | 130            | 200             |
| José Fernández            | 120            | 200             |
| Ronald Abad               | 180            | 250             |
| Oscar Zabaleta            | 150            | 200             |
| Marcos Medrano            | 140            | 250             |
| <b>TOTAL</b>              | <b>1100</b>    | <b>1700</b>     |
| <b>%</b>                  | <b>39%</b>     | <b>61%</b>      |



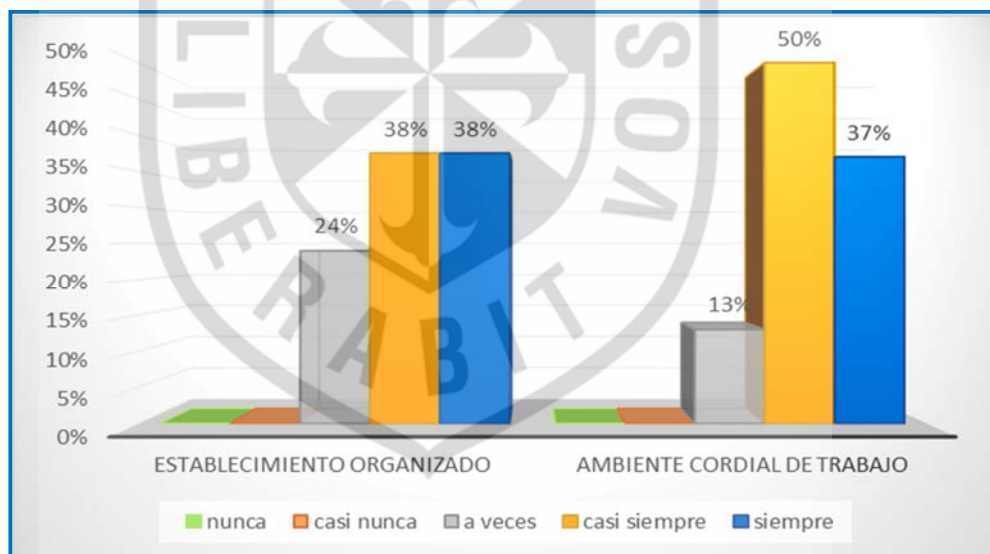
**Figura 02:**  
Cantidad de consumidores por establecimiento.

## 1. LA RESTAURACIÓN:

Tabla 05 *Restauración*

|              | Establecimiento organizado | Ambiente cordial de trabajo |
|--------------|----------------------------|-----------------------------|
| Nunca        | 0%                         | 0%                          |
| Casi nunca   | 0%                         | 0%                          |
| A veces      | 24%                        | 13%                         |
| Casi siempre | 38%                        | 50%                         |
| Siempre      | 38%                        | 37%                         |

**Nota:** La tabla 05 muestra los resultados obtenidos en cuanto a si el establecimiento se encuentra organizado por relaciones de jerarquía, en un 38% siempre y casi siempre se cuenta con dicha organización y en un 24% dicha organización es a veces.



**Figura 03**

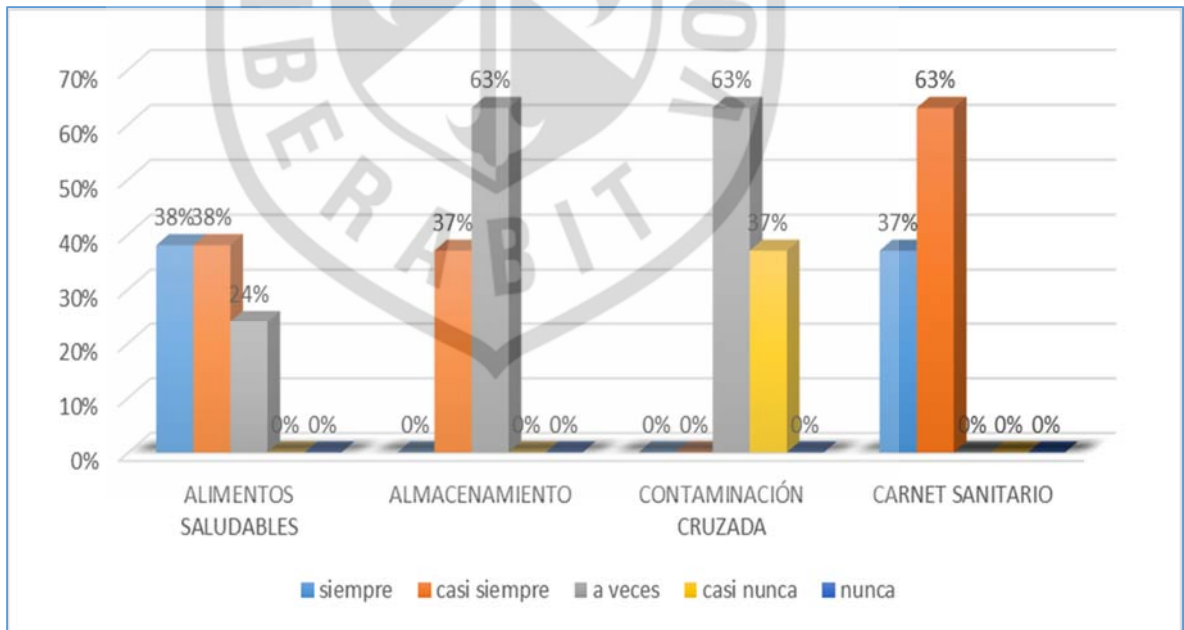
Restauración

## 2. SANEAMIENTO Y MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS:

Tabla 06 *Saneamiento y manipulación de alimentos.*

|              | TRAZABILIDAD         |                | CONTAMINACIÓN DE LOS ALIMENTOS | NORMAS HACCP     |
|--------------|----------------------|----------------|--------------------------------|------------------|
|              | alimentos saludables | almacenamiento | contaminación cruzada          | carnet sanitario |
| siempre      | 38%                  | 0%             | 0%                             | 37%              |
| casi siempre | 38%                  | 37%            | 0%                             | 63%              |
| a veces      | 24%                  | 63%            | 63%                            | 0%               |
| casi nunca   | 0%                   | 0%             | 37%                            | 0%               |
| nunca        | 0%                   | 0%             | 0%                             | 0%               |

**Nota:** La tabla 06 muestra al saneamiento y manipulación de alimentos, en cuanto a trazabilidad que abarca la compra de alimentos que provienen de establecimientos seguros y que cuenten con un buen almacenamiento, así mismo la contaminación que incluye la contaminación cruzada y las normas HAPPC para lo cual es necesario contar con un carnet sanitario, dichos aspectos se analizarán detalladamente en los siguientes cuadros.



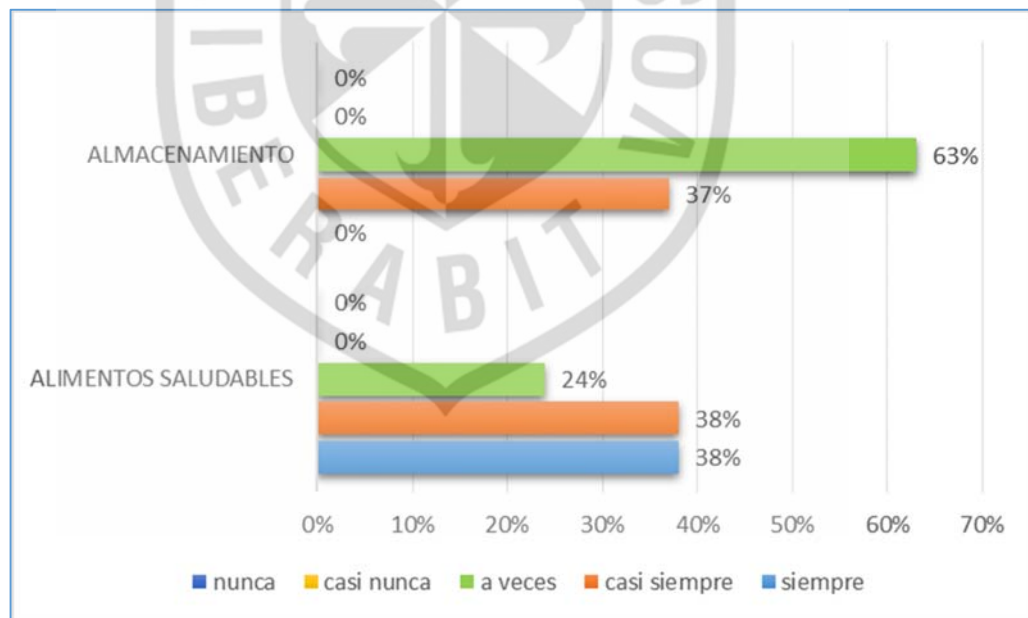
**Figura 04**

Saneamiento y manipulación de alimentos.

Tabla 07 *Trazabilidad*

|              | Alimentos saludables | Almacenamiento |
|--------------|----------------------|----------------|
| siempre      | 38%                  | 0%             |
| casi siempre | 38%                  | 37%            |
| a veces      | 24%                  | 63%            |
| casi nunca   | 0%                   | 0%             |
| nunca        | 0%                   | 0%             |

**Nota:** La tabla 07 está referida a la trazabilidad, que se preocupa por los alimentos, desde su origen, almacenamiento, distribución, preparación hasta su consumo final, por lo cual se puede manifestar que un 38% señala que compra siempre y casi siempre en lugares donde los alimentos reúnen las condiciones de salubridad necesarias y un 24% lo hace a veces, así mismo un 68% señala que a veces tiene un almacenamiento adecuado para los alimentos mientras que un 38% tiene un almacenamiento adecuado casi siempre.



**Figura 05**

Trazabilidad

Tabla 08 *Contaminación de los Alimentos*

|              | contaminación cruzada |
|--------------|-----------------------|
| siempre      | 0%                    |
| casi siempre | 0%                    |
| a veces      | 63%                   |
| casi nunca   | 37%                   |
| nunca        | 0%                    |

**Nota:** La tabla 08 está referida a la contaminación de los alimentos, específicamente a la contaminación cruzada la cual se da casi nunca en un 37% y a veces en un 63% ya que manipulan los mismos cuchillos y tablas para picar carne de pescado y verduras como cebollas y limones, siendo esta una causa de alteración de los alimentos, que daña la salud.



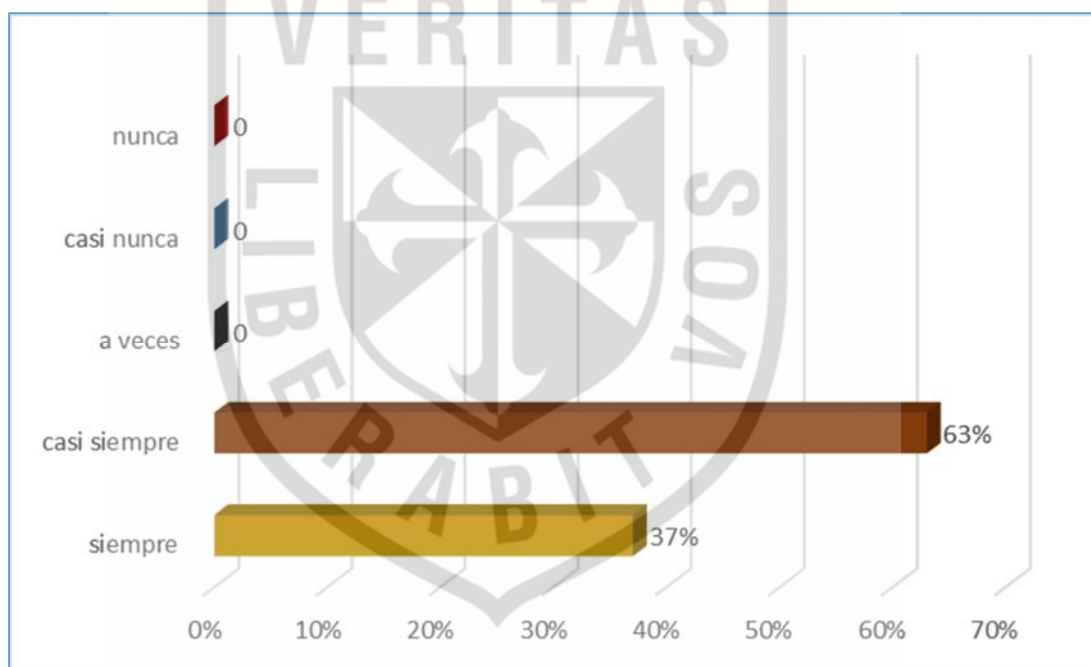
**Figura 06**

Contaminación de los Alimentos.

Tabla 09 Normas HACCP

| Carnet sanitario |     |
|------------------|-----|
| Siempre          | 37% |
| Casi siempre     | 63% |
| A veces          | 0%  |
| Casi nunca       | 0%  |
| Nunca            | 0%  |

**Nota:** La tabla 09 está referido al uso de las normas HACCP, y con relación a ello un 37% siempre cuenta con su carnet de sanidad y un 63% refieren que casi siempre tiene carnet sanitario.



**Figura 07**

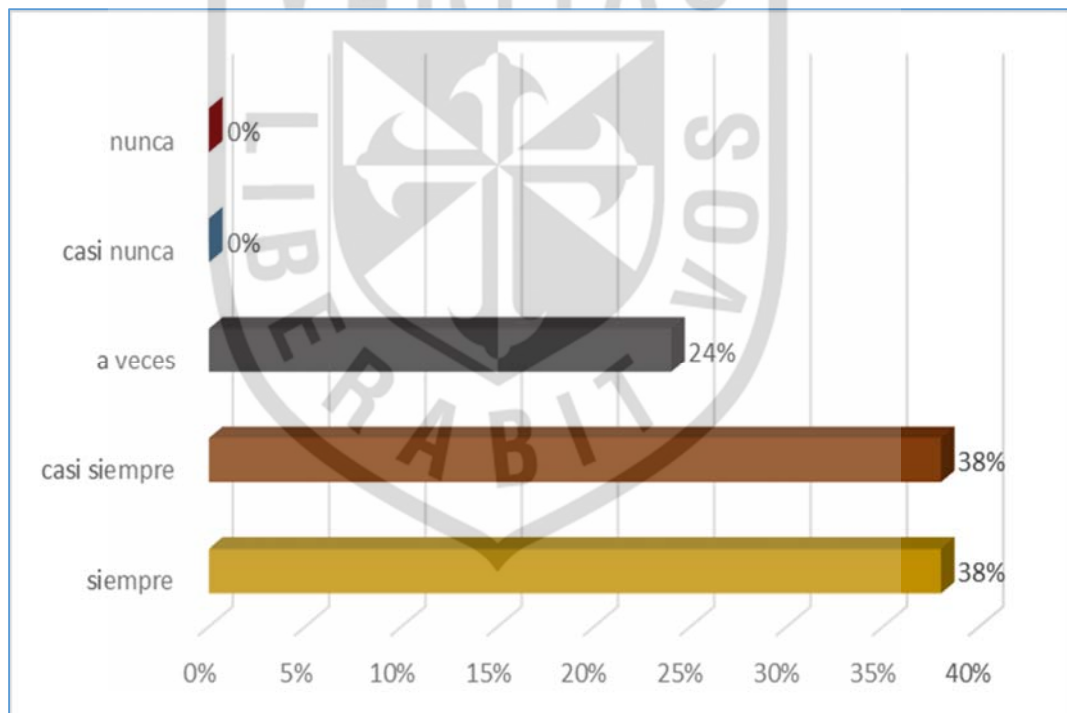
Normas HACCP

### 3. EQUIPAMIENTO:

Tabla 10 *Utensilios*

| Utensilios en buen estado |     |
|---------------------------|-----|
| siempre                   | 38% |
| casi siempre              | 38% |
| a veces                   | 24% |
| casi nunca                | 0%  |
| nunca                     | 0%  |

**Nota:** La tabla 10 está referida al equipamiento, siendo así que se ha encontrado que el 38% de los establecimientos siempre y casi siempre utilizan utensilios en buen estado y el 24% sólo a veces, es importante señalar que cuando los utensilios no se encuentran en buen estado y son fuente de contaminación.



**Figura 08**

Utensilios en buen estado.



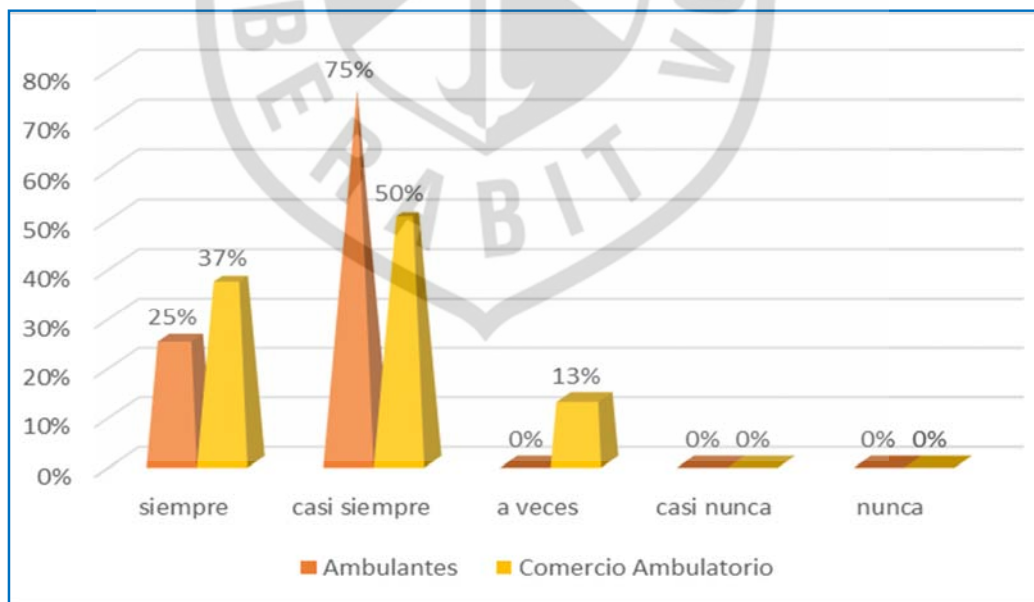
## EN RELACIÓN CON LA VENTA DE COMIDA AMBULATORIA

### 1. EL COMERCIO INFORMAL

Tabla 11 *Permiso municipal*

|              | Ambulantes | Comercio Ambulatorio |
|--------------|------------|----------------------|
| siempre      | 25%        | 37%                  |
| casi siempre | 75%        | 50%                  |
| a veces      | 0%         | 13%                  |
| casi nunca   | 0%         | 0%                   |
| nunca        | 0%         | 0%                   |

**Nota:** La tabla 11 indica que en relación al permiso municipal un 75% lo tiene casi siempre y un 25% lo tiene siempre, razón por la cual son participantes de un concurso de televisión, en cuanto a si el lugar donde ejercen el comercio ambulatorio se encuentra bien ubicado, un 50% menciona que siempre lo está, un 37% menciona que casi siempre y un 13% que a veces, ya que tiene que cambiar de lugar, por disposiciones municipales.



**Figura 09**

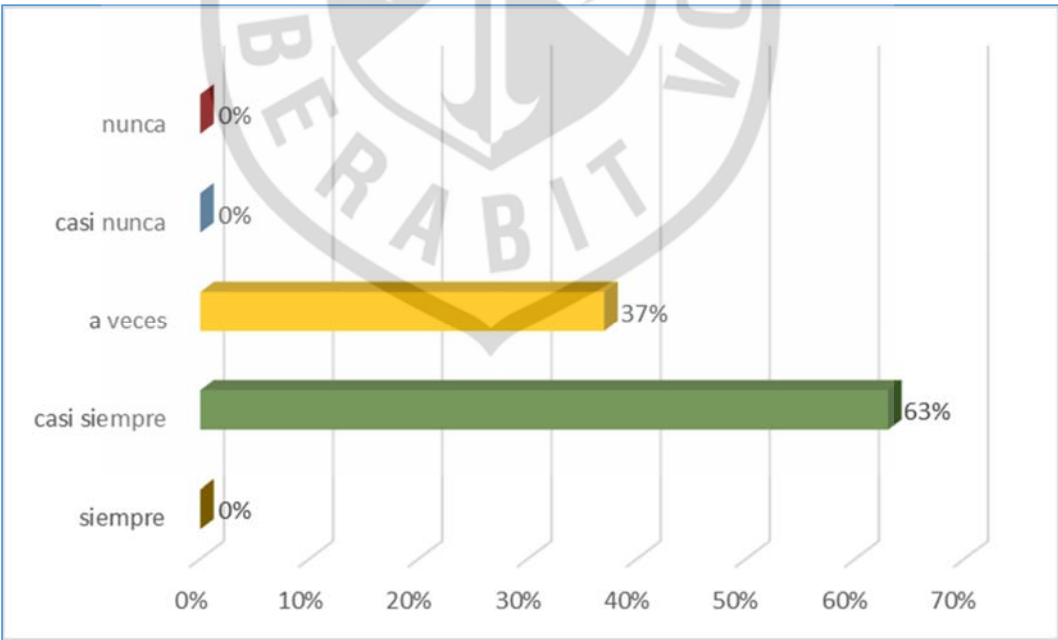
Permiso Municipal

## 2. COSTUMBRES POPULARES RELACIONADAS CON LA COMIDA PERUANA

Tabla 12 *Negocio familiar*

| antecedentes históricos |     |
|-------------------------|-----|
| siempre                 | 0%  |
| casi siempre            | 63% |
| a veces                 | 37% |
| casi nunca              | 0%  |
| nunca                   | 0%  |

**Nota:** La tabla 12 muestra que en relación a si el negocio que tienen lo aprendieron de sus padres, un 63% menciona que casi siempre, un 37% que a veces, ya que muchos de ellos se iniciaron en el negocio de la venta de ceviche por necesidad y que aprendieron a preparar este potaje en sus casas.



**Figura 10**  
Negocio familiar

**4.1.2.** Presentación e interpretación de resultados Cuantitativos del instrumento aplicado al público consumidor de los establecimientos participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”.

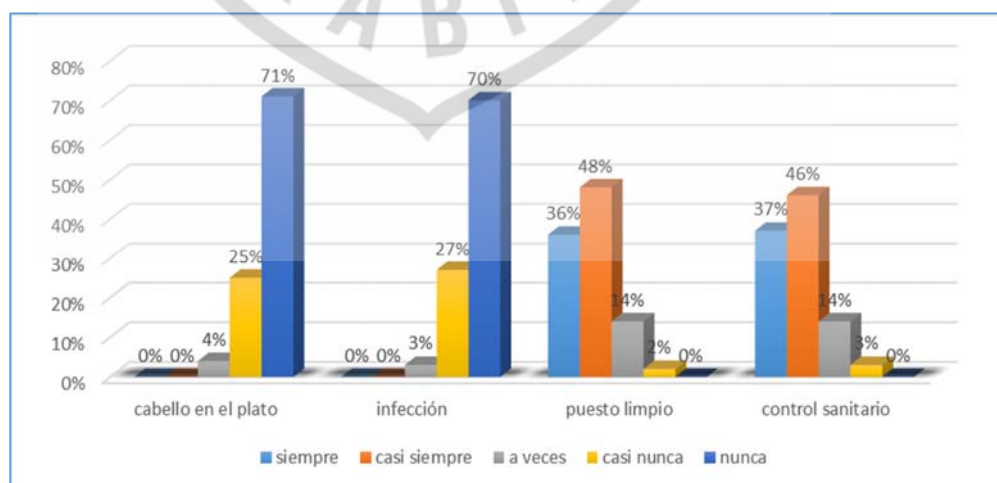
## GESTIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

### 1. Saneamiento y manipulación de alimentos y bebidas

Tabla 13: Saneamiento y manipulación de alimentos y bebidas

|              | Contaminación       |           | Normas HACCP  |                   |
|--------------|---------------------|-----------|---------------|-------------------|
|              | cabello en el plato | infección | puesto limpio | control sanitario |
| siempre      | 0%                  | 0%        | 36%           | 37%               |
| casi siempre | 0%                  | 0%        | 48%           | 46%               |
| a veces      | 4%                  | 3%        | 14%           | 14%               |
| casi nunca   | 25%                 | 27%       | 2%            | 3%                |
| nunca        | 71%                 | 70%       | 0%            | 0%                |

**Nota:** La tabla 13 muestra la percepción del consumidor en relación al Saneamiento y Manipulación de alimentos y bebidas, en cuanto a la contaminación e infecciones alimentarias, los cuales tienen altos índices que indican que la contaminación es poca, así mismo en cuanto al cumplimiento de las Normas HACCP hay incumplimiento tanto en la limpieza del puesto como en el control sanitario de los alimentos.



**Figura 11**

Saneamiento y manipulación de alimentos.

Tabla 14 Contaminación de los alimentos

|              | cabello en el plato | infección |
|--------------|---------------------|-----------|
| siempre      | 0%                  | 0%        |
| casi siempre | 0%                  | 0%        |
| a veces      | 4%                  | 3%        |
| casi nunca   | 25%                 | 27%       |
| nunca        | 71%                 | 70%       |

**Nota:** La tabla 14 muestra que en relación a la contaminación de los alimentos, un 71% menciona que nunca encontró un cabello en su plato, un 25% que casi nunca y un 4% que a veces, es importante señalar que en los cabellos se transmiten bacterias y contaminan los alimentos, por otro lado en relación a las infecciones producidas por consumir alimentos ambulatórios un 70% señala que nunca ha sufrido un infección, un 27% que casi nunca y un 3 que a veces ha sufrido dicha infección.

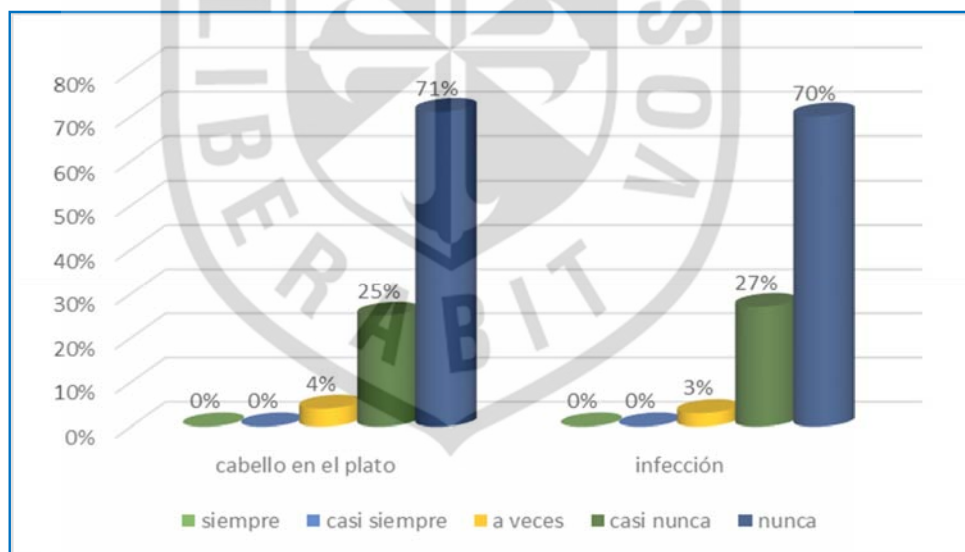


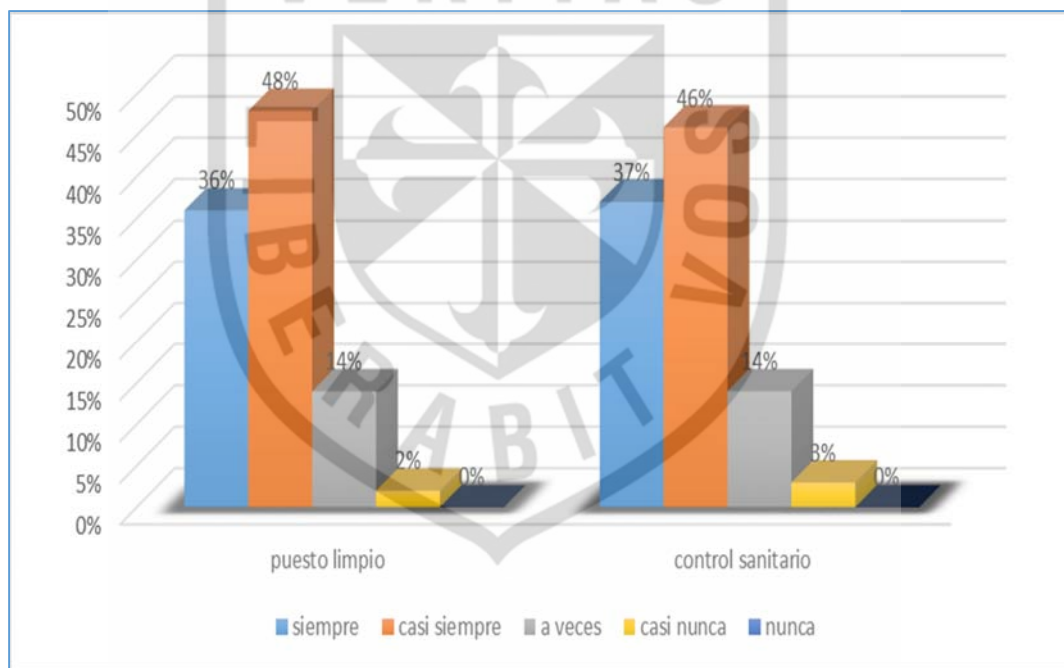
Figura 12

Contaminación de los alimentos.

Tabla 15 Normas HAPCC.

|              | puesto limpio | control sanitario |
|--------------|---------------|-------------------|
| siempre      | 36%           | 37%               |
| casi siempre | 48%           | 46%               |
| a veces      | 14%           | 14%               |
| casi nunca   | 2%            | 3%                |
| nunca        | 0%            | 0%                |

**Nota:** La tabla 15 muestra que en relación a las normas HAPCC, el puesto se encuentra limpio casi siempre en un 48%, siempre un 36%, a veces un 14% y casi nunca un 2%, de la misma manera en relación al control sanitario un 46% señala que casi siempre lo hay, un 37% que siempre lo hay, un 14% que a veces y un 3% casi nunca.



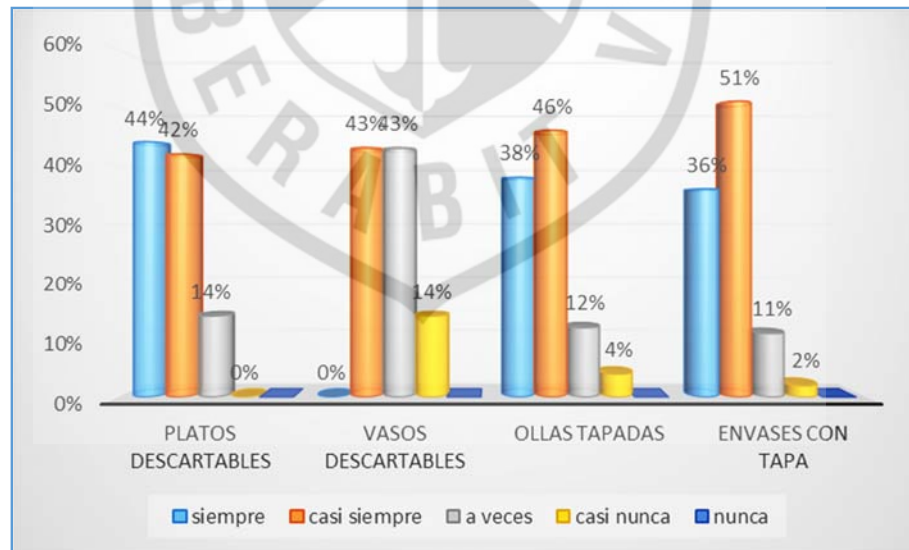
**Figura 13**  
Normas HAPCC

## 2. EQUIPAMIENTO

Tabla 16 *Equipamiento.*

|              | Menajes             |                    | Baterías      |                  |
|--------------|---------------------|--------------------|---------------|------------------|
|              | platos descartables | vasos descartables | ollas tapadas | envases con tapa |
| siempre      | 44%                 | 0%                 | 38%           | 36%              |
| casi siempre | 42%                 | 43%                | 46%           | 51%              |
| a veces      | 14%                 | 43%                | 12%           | 11%              |
| casi nunca   | 0%                  | 14%                | 4%            | 2%               |
| nunca        | 0%                  | 0%                 | 0%            | 0%               |

**Nota:** La tabla 16 muestran que en relación al equipamiento, en el menaje hay un uso frecuente de platos descartables manifestando que un 44% siempre lo utiliza, a diferencia del uso de vasos descartables donde se señala que en un 43% solo a veces se usa, así mismo en relación al control sanitario las ollas están tapadas casi siempre en un 46% y los envases tienen tapas casi siempre en un 51%, dichos datos se analizarán detalladamente en las siguientes tablas y gráficos.

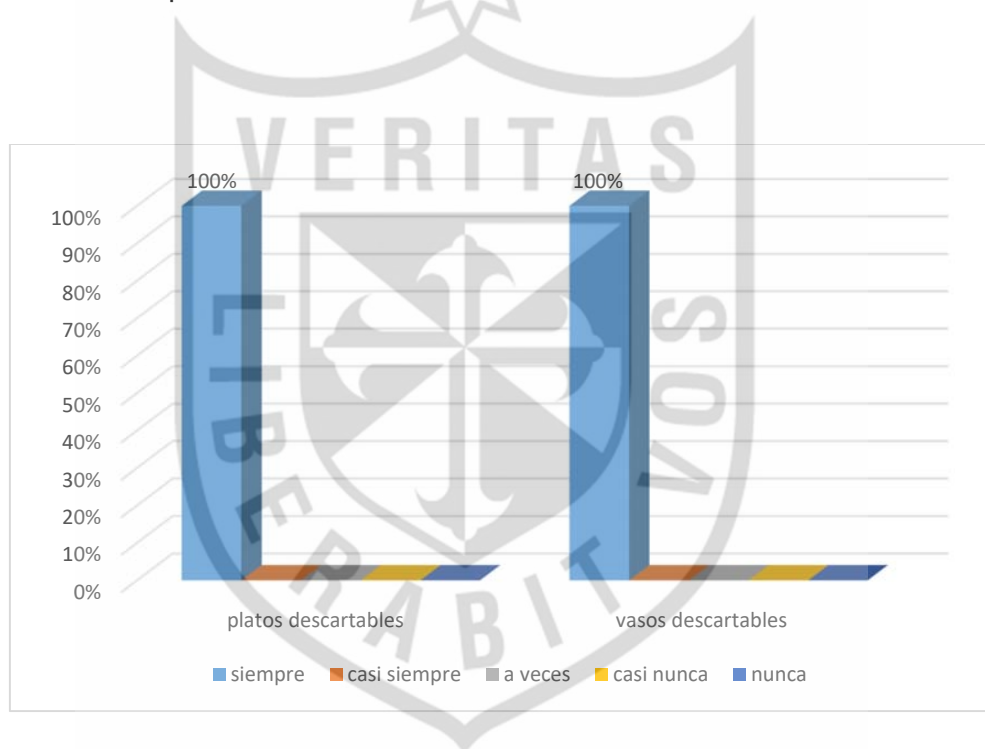


**Figura 14**  
Equipamiento

Tabla 17 Menajes

|              | platos descartables | vasos descartables |
|--------------|---------------------|--------------------|
| siempre      | 100%                | 100%               |
| casi siempre | 0%                  | 0%                 |
| a veces      | 0%                  | 0%                 |
| casi nunca   | 0%                  | 0%                 |
| nunca        | 0%                  | 0%                 |

**Nota:** La tabla 17 nos indica que con relación al menaje tanto en vasos como en platos se utilizan descartables al 100%.

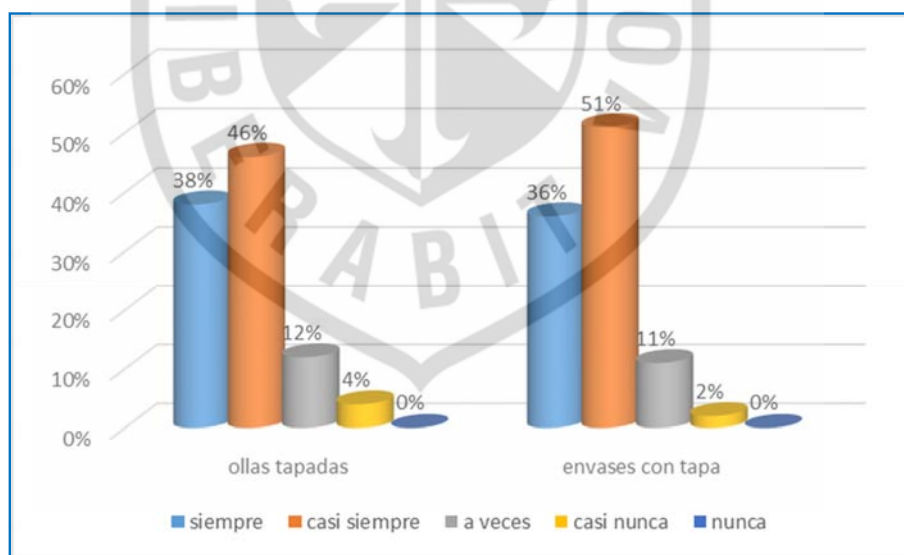


**Figura 15**  
Menajes

Tabla 18 *Baterías*

|              | ollas tapadas | envases con tapa |
|--------------|---------------|------------------|
| siempre      | 38%           | 36%              |
| casi siempre | 46%           | 51%              |
| a veces      | 12%           | 11%              |
| casi nunca   | 4%            | 2%               |
| nunca        | 0%            | 0%               |

**Nota:** La tabla 18 nos indica que en relación a las baterías que se utilizan, un 46% señala que las ollas están siempre tapadas, un 38% que siempre lo están, un 12% que solo a veces y un 4% que casi nunca, de la misma manera con relación a si los envases cuentan con una tapa un 51% señala que casi siempre, un 36% siempre cuenta con depósitos tapados, un 11% solo a veces y un 2% casi nunca.



**Figura 16**

Baterías



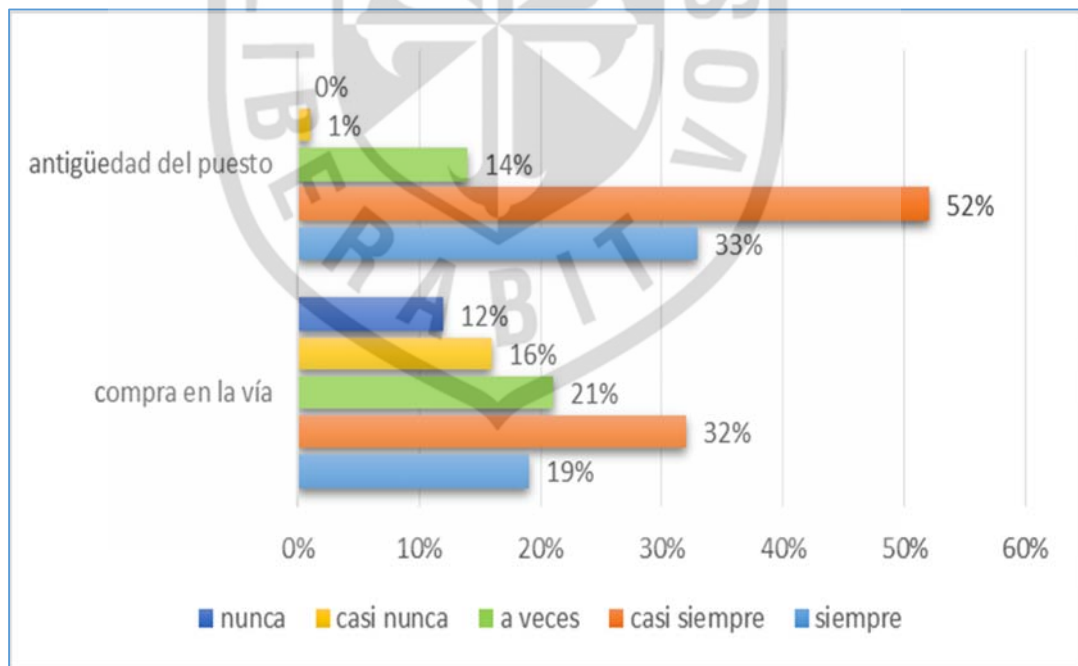
## RELACIÓN CON LA VENTA DE COMIDA AMBULATORIA

### 1. EL COMERCIO INFORMAL

Tabla 19 *Comercio Informal*

|              | Actividades Informales<br>compra en la vía | Ambulantes<br>antigüedad del puesto |
|--------------|--|-------------------------------------|
| siempre      | 19%  | 33%                                 |
| casi siempre | 32%  | 52%                                 |
| a veces      | 21%  | 14%                                 |
| casi nunca   | 16%  | 1%                                  |
| nunca        | 12%  | 0%                                  |

**Nota:** La tabla 19 nos indica que, en relación al comercio informal, un 32% señala que casi siempre compra en la vía pública, un 21% que lo hace a veces, un 19% siempre, un 16% casi nunca y un 12% que nunca lo hace. De la misma manera un 52% casi siempre trabajo en el mismo lugar, un 33% siempre, un 14% a veces y un 1% casi nunca, debido a las ordenanzas municipales.



**Figura 17**

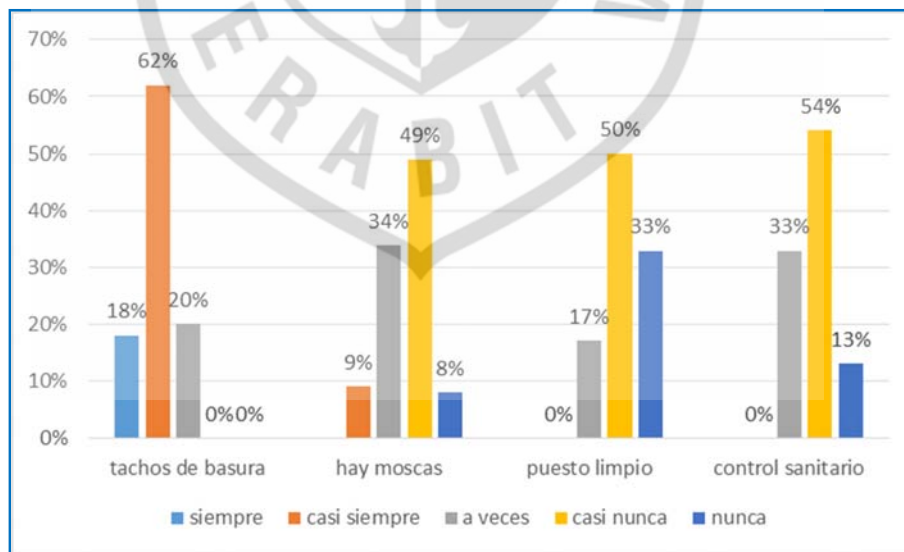
Comercio Informal

## 2. TECNOLOGÍAS APROPIADAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE ALIMENTOS

Tabla 20 *Tecnologías para la comercialización*

|              | Aspectos críticos |            | Conservadores |                   |
|--------------|-------------------|------------|---------------|-------------------|
|              | tachos de basura  | hay moscas | puesto limpio | control sanitario |
| siempre      | 18%               | 0%         | 0%            | 0%                |
| casi siempre | 62%               | 9%         | 0%            | 0%                |
| a veces      | 20%               | 34%        | 17%           | 33%               |
| casi nunca   | 0%                | 49%        | 50%           | 54%               |
| nunca        | 0%                | 8%         | 33%           | 13%               |

**Nota:** La tabla 20 nos indica que en relación a las tecnologías apropiadas para la comercialización de alimentos en los aspectos críticos como el uso del tacho de basura un 62% manifiesta que casi siempre el puesto cuenta con un depósito con tapa, y que casi nunca hay moscas en un 49%, por otro lado, en relación a los conservadores, el puesto está limpio casi siempre en un 50% y hay un control sanitario casi siempre en un 54%.



**Figura 18**

Tecnologías apropiadas para la comercialización de alimentos.

Tabla 21 Aspectos críticos

|              | tachos de basura | hay moscas |
|--------------|------------------|------------|
| siempre      | 18%              | 0%         |
| casi siempre | 62%              | 9%         |
| a veces      | 20%              | 34%        |
| casi nunca   | 0%               | 49%        |
| nunca        | 0%               | 8%         |

**Nota:** La tabla 21 nos señala que en relación a los aspectos críticos casi siempre un 62% de puestos de comida tienen tachos de basura con tapa y un 20% solo lo tiene a veces tapado, un 18% señala que esto sucede siempre, así mismo un 49% señala que casi nunca hay moscas, un 34% dice que a veces hay y un 9% que casi siempre y un 8% que siempre el puesto está lleno de moscas, que son las causantes de las enfermedades.

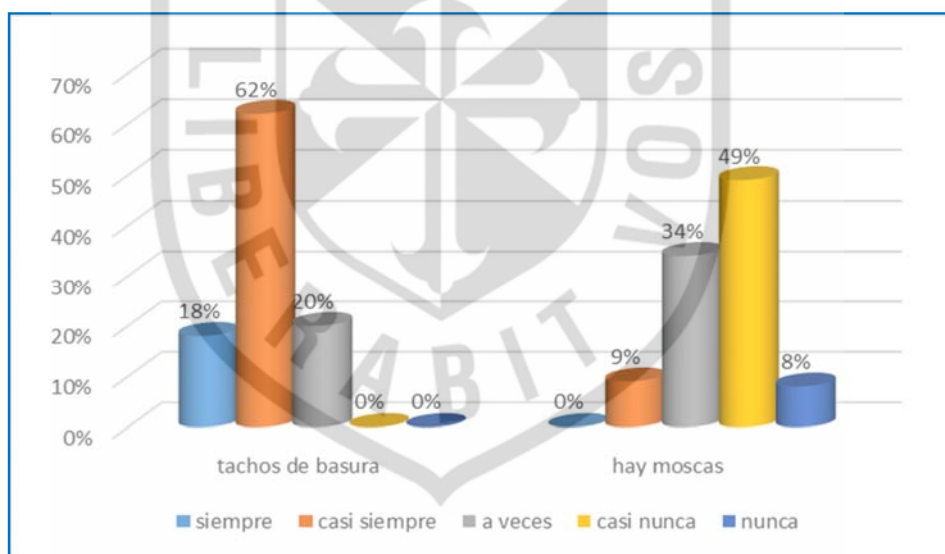


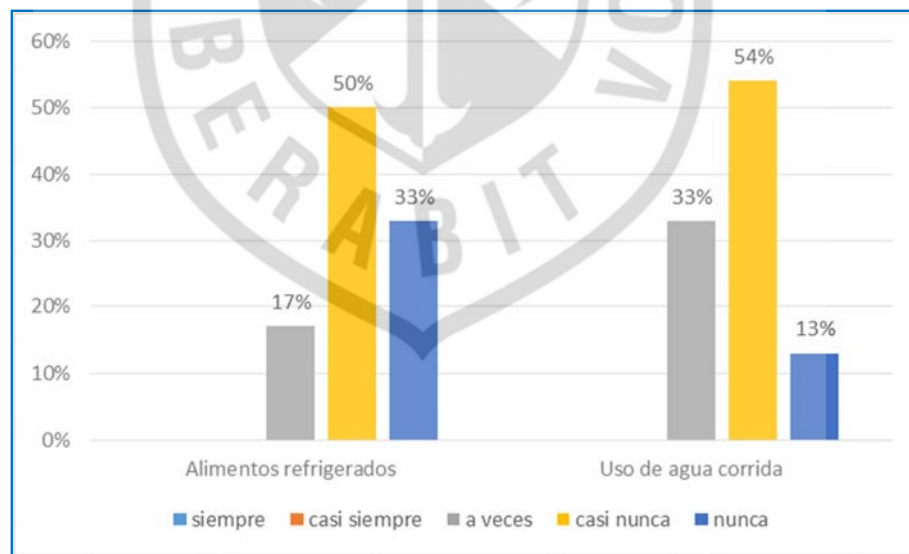
Figura 19

Aspectos críticos

Tabla 22 *Conservadores*

|              | Alimentos refrigerados | Uso de agua corrida |
|--------------|------------------------|---------------------|
| siempre      | 0%                     | 0%                  |
| casi siempre | 0%                     | 0%                  |
| a veces      | 17%                    | 33%                 |
| casi nunca   | 50%                    | 54%                 |
| nunca        | 33%                    | 13%                 |

**Nota:** La tabla 22 nos indica que en relación a los conservadores, un 50% señala que los alimentos casi nunca están refrigerados, un 33% que nunca lo están y un 17% que a veces, a pesar de que se trabaja con pescado, cuya descomposición es muy rápida, así mismo en el uso de agua corrida un 54% señala que casi nunca tienen equipado el puesto para disponer de ella, un 33% que esto sucede a veces y un 13% que nunca lo han instalado y que el agua que utilizan se encuentra en baldes y la sacan con diversos depósitos.



**Figura 20**

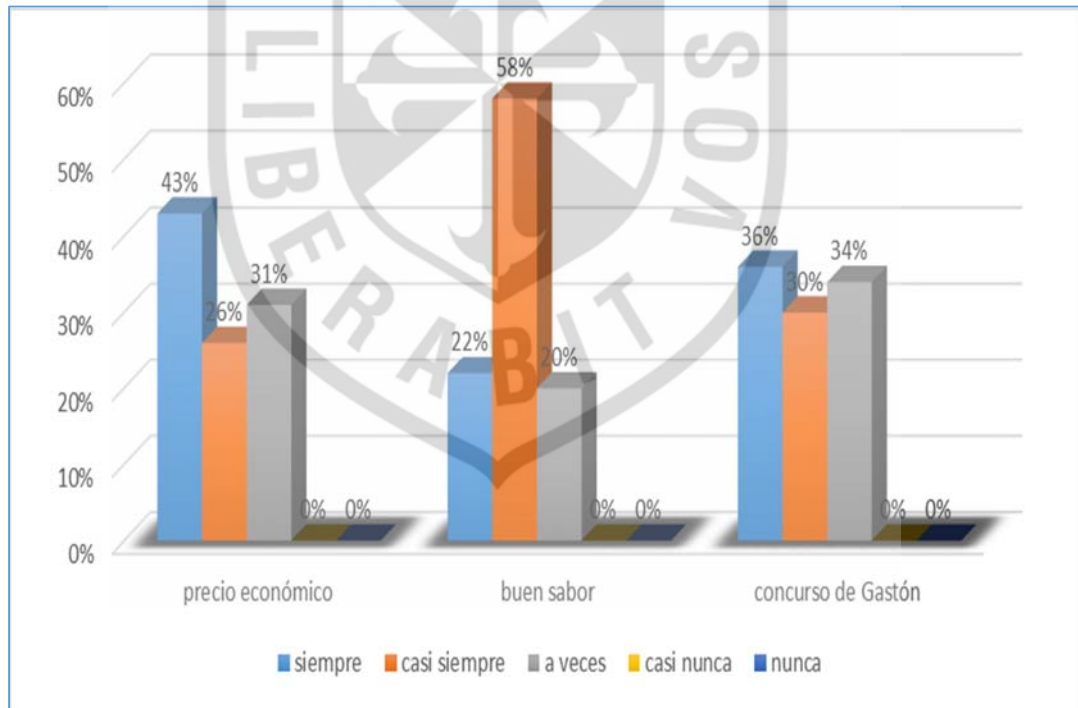
Conservadores

### 3. VENTA DE COMIDA AMBULATORIA

Tabla 23 *Venta de comida ambulatória*

|              | precio económico | buen sabor | concurso de Gastón |
|--------------|------------------|------------|--------------------|
| siempre      | 43%              | 22%        | 36%                |
| casi siempre | 26%              | 58%        | 30%                |
| a veces      | 31%              | 20%        | 34%                |
| casi nunca   | 0%               | 0%         | 0%                 |
| nunca        | 0%               | 0%         | 0%                 |

**Nota:** La tabla 23 muestra la relación en cuanto a la venta de comida ambulatória, un 43% señala que la consume siempre porque su precio es económico, un 58% señala que casi siempre tiene un buen sabor y un 34% la consume a veces por el prestigio que le da el concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014.



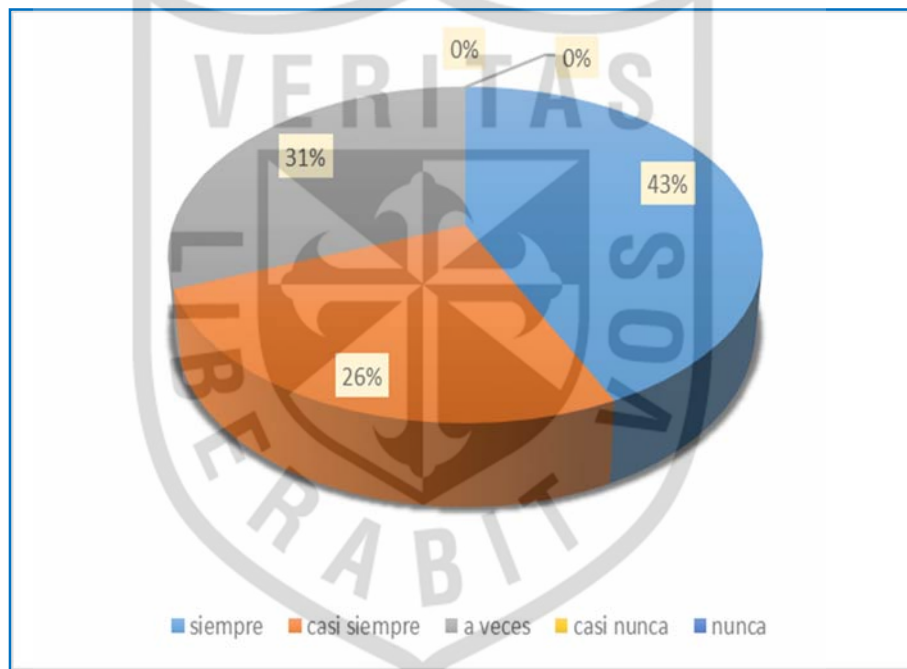
**Figura 21**

Venta de comida ambulatória

Tabla 24 *Factor económico*

|              | precio económico |
|--------------|------------------|
| siempre      | 43%              |
| casi siempre | 26%              |
| a veces      | 31%              |
| casi nunca   | 0%               |
| nunca        | 0%               |

**Nota:** La tabla 24 nos indica que un 43% siempre consume alimentos ambulatorios, un 31% lo consume a veces y un 26% lo hace casi siempre.



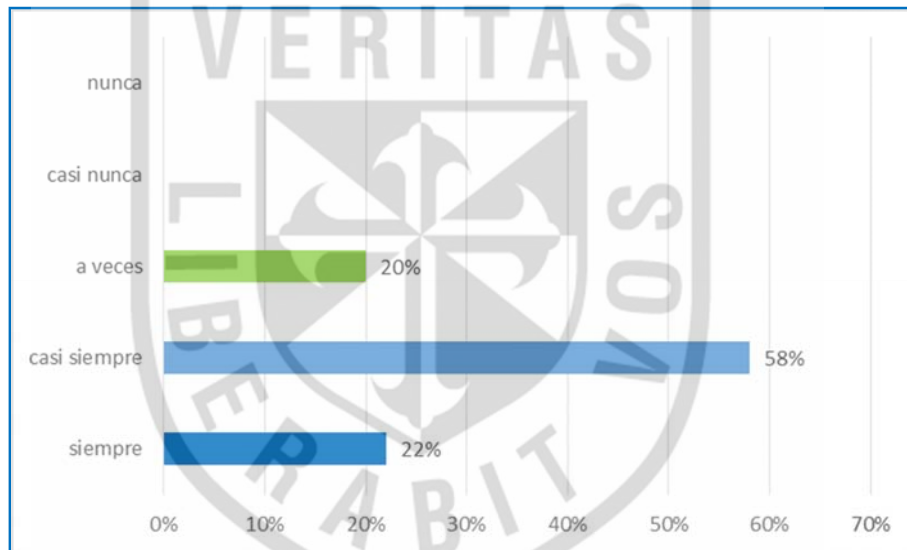
**Figura 22**

Factor económico

Tabla 25 Sabores

|              | buen sabor |
|--------------|------------|
| siempre      | 22%        |
| casi siempre | 58%        |
| a veces      | 20%        |
| casi nunca   | 0%         |
| nunca        | 0%         |

**Nota:** La tabla 25 nos indica que un 58% consume dichos alimentos por su sabor casi siempre, un 22% lo hace siempre y un 20% a veces.



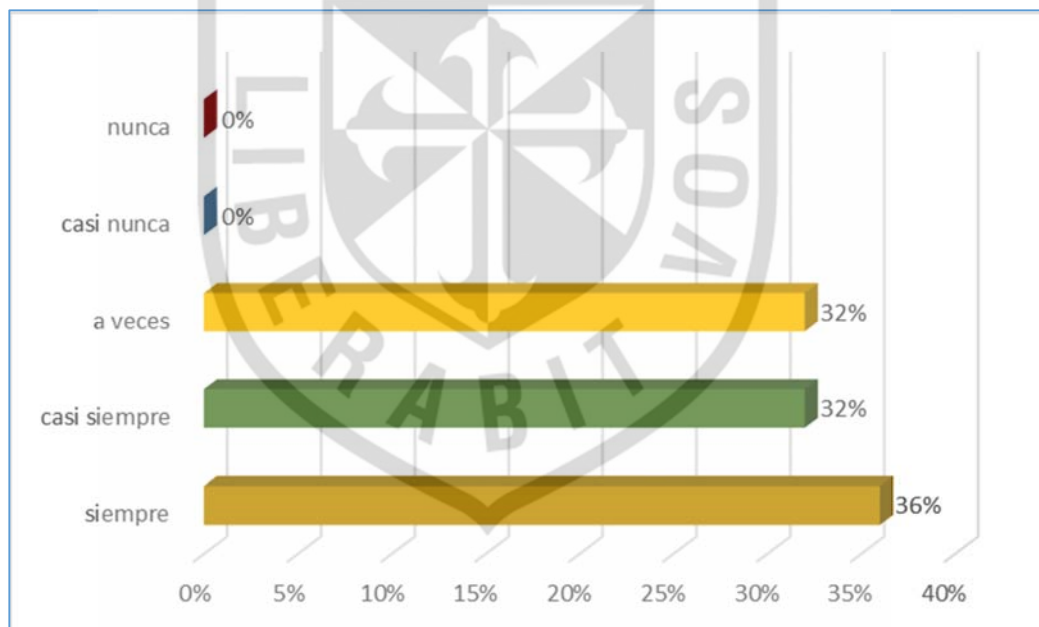
**Figura 23**

Sabores

Tabla 26 *Prestigio*

| Concurso de Gastón |     |
|--------------------|-----|
| siempre            | 36% |
| casi siempre       | 36% |
| a veces            | 38% |
| casi nunca         | 0%  |
| nunca              | 0%  |

**Nota:** La tabla 26 nos indica que un 36% consume siempre en los puestos de comida ya que sus dueños participan en el concurso “Ceviche con sentimiento”, un 32% lo hace casi siempre y a veces por el mismo motivo, ya que el participar en dicho concurso le dan prestigio.



**Figura 24**

Prestigio



### 4.1.3 Prueba de Hipótesis

#### 4.1.3.1 Hipótesis General.

H<sub>0</sub>: La Gestión de alimentos y bebidas que se realiza en el comercio ambulatorio no tiene relación significativa con la satisfacción del público consumidor de los establecimientos de participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014.

H<sub>1</sub>: La Gestión de alimentos y bebidas que se realiza en el comercio ambulatorio tiene relación significativa con la satisfacción del público consumidor de los establecimientos de participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014.

Se eligió la prueba de Kolmogorov Smirnov para establecer el tipo de distribución que tienen las variables de estudio y poder decidir el estadígrafo adecuado para hallar el nivel y tipo de correlación que tienen, siendo la condición:

Nivel de significancia igual o menor que 0.05 = distribución No normal

Nivel de significancia mayor que 0.05 = distribución normal

Tabla 27 Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra

|                                    |                   | Gestión de<br>alimentos y<br>bebidas | Percepción del<br>público<br>consumidor |
|------------------------------------|-------------------|--------------------------------------|---|
| N                                  |                   | 100                                  | 100                                     |
| Parámetros normales <sup>a,b</sup> | Media             | 2,91                                 | 1,56                                    |
|                                    | Desviación típica | ,854                                 | ,499                                    |
|                                    | Absoluta          | ,252                                 | ,371                                    |
| Diferencias más extremas           | Positiva          | ,198                                 | ,309                                    |
|                                    | Negativa          | -,252                                | -,371                                   |
| Z de Kolmogorov-Smirnov            |                   | 2,520                                | 3,711                                   |
| Sig. asintót. (bilateral)          |                   | ,000                                 | ,000                                    |

a. La distribución de contraste es la Normal.  
b. Se han calculado a partir de los datos.

Las variables no tienen distribución normal, medidas con la prueba de Kolmogorov - Smirnov, por lo que se usó la prueba estadística no paramétrica Rho de Spearman, para medir la correlación entre las variables Gestión de alimentos y bebidas y la satisfacción que tiene el público consumidor:

Tabla 28 Correlaciones

|                                      |                                | Gestión de<br>alimentos y<br>bebidas | Percepción<br>del público<br>consumidor |
|--------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------------|---|
| Gestión de alimentos y<br>bebidas    | Coefficiente de<br>correlación | 1,000                                | ,769**                                  |
|                                      | Sig. (bilateral)               | .                                    | ,000                                    |
|                                      | N                              | 100                                  | 100                                     |
| Percepción del público<br>consumidor | Coefficiente de<br>correlación | ,769**                               | 1,000                                   |
|                                      | Sig. (bilateral)               | ,000                                 | .                                       |
|                                      | N                              | 100                                  | 100                                     |

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

$\alpha = 0.05$  o 5% (nivel de significancia)

P-valor = .000 (p-valor <  $\alpha$ )

Rho= 0.769

**Resultado:** Se rechaza  $H_0$ , y se acepta  $H_1$

La hipótesis principal se llevó a cabo con un nivel de significancia del 5% y un nivel de confianza de 95%, habiéndose obtenido un p-valor de 0.000 se demuestra que hay correlación significativa y positiva entre las variables Gestión de Alimentos y Bebidas y satisfacción del público consumidor de los establecimientos de participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014. Siendo el nivel de correlación buena ya que el Rho es de 0.769.

Por lo tanto, se acepta la hipótesis del investigador que dice que la Gestión de Alimentos y Bebidas tiene relación significativa y positiva con la preferencia que tiene el público consumidor de los establecimientos de participantes del concurso “Ceviche con Sentimiento”, 2014.

#### **4.1.3.2. Hipótesis Específicas**

##### **Primera hipótesis específica**

$H_0$ = La higiene en la manipulación de alimentos y bebidas no tiene relación significativa con la preferencia de consumo de los clientes de los establecimientos participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014.

$H_1$ = La higiene en la manipulación de alimentos y bebidas tiene relación significativa con la preferencia de consumo de los clientes de los

establecimientos participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014.

Se eligió la prueba de Kolmogorov Smirnov para establecer el tipo de distribución que tienen las variables de estudio y poder decidir el estadígrafo adecuado para hallar el nivel y tipo de correlación que tienen, siendo la condición:

|  |
|--|
| Nivel de significancia igual o menor que 0.05 = distribución No normal |
| Nivel de significancia mayor que 0.05 = distribución normal            |

Tabla 29 *Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra*

|                                    |                   | Saneamiento en la manipulación de alimentos | Experiencia de consumo de alimentos |
|------------------------------------|-------------------|---|-------------------------------------|
| N                                  |                   | 100   | 100                                 |
| Parámetros normales <sup>a,b</sup> | Media             | 2,68  | 1,64                                |
|                                    | Desviación típica | ,984  | ,482                                |
|                                    | Absoluta          | ,258  | ,412                                |
| Diferencias más extremas           | Positiva          | ,162  | ,268                                |
|                                    | Negativa          | -,258                                       | -,412                               |
| Z de Kolmogorov-Smirnov            |                   | 2,575                                       | 4,122                               |
| Sig. asintót. (bilateral)          |                   | ,000  | ,000                                |

a. La distribución de contraste es la Normal.

b. Se han calculado a partir de los datos.

**Nota:** Las variables no tienen distribución normal, medidas con la prueba de Kolmogorov - Smirnov, por lo que se usó una prueba estadística no paramétrica, para medir la correlación entre las variables la higiene en la manipulación de alimentos y bebidas y la preferencia del consumidor, para este caso la prueba de correlación de Spearman:

Tabla 30 *Correlaciones*

|                 |  | Saneamiento en la manipulación de alimentos | Experiencia de consumo de alimentos |
|-----------------|--|---|-------------------------------------|
| Rho de Spearman | Nivel de saneamiento en la manipulación de alimentos | 1,000                                       | ,642**                              |
|                 |  |   |                                     |
|                 | Sig. (bilateral)                                     | .   | ,000                                |
|                 | N  | 100   | 100                                 |
|                 | Experiencia de consumo de alimentos                  | ,642**                                      | 1,000                               |
|                 |  |   |                                     |
|                 | Sig. (bilateral)                                     | ,000  | .                                   |
|                 | N  | 100   | 100                                 |

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

$\alpha = 0.05$  o 5% (nivel de significancia)

P-valor = .000 (p-valor <  $\alpha$ )

Rho= 0.642

**Resultado:** Se rechaza  $H_0$ , y se acepta  $H_1$

**Resultado:** Se rechaza  $H_0$ , y se acepta  $H_1$

La hipótesis principal se llevó a cabo con un nivel de significancia del 5% y un nivel de confianza de 95%, habiéndose obtenido un p-valor de 0.000 se demuestra que hay correlación significativa y positiva entre las variables la higiene en la manipulación de alimentos y bebidas y la preferencia del consumidor de los establecimientos de participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”. Siendo el nivel de correlación media ya que el Rho es de 0.642.

Por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna que dice que la higiene en la manipulación de alimentos y bebidas está relacionado significativamente con la preferencia del cliente consumidor de los establecimientos participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014.

## Segunda hipótesis específica

$H_0$  = Las técnicas de limpieza e higiene de los equipos e instalaciones no tienen relación significativa con la preferencia de los consumidores de alimentos en los establecimientos participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014.

$H_1$  = Las técnicas de limpieza e higiene de los equipos e instalaciones tienen relación significativa con la preferencia de los consumidores de alimentos en los establecimientos participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014.

Se eligió la prueba de Kolmogorov Smirnov para establecer el tipo de distribución que tienen las variables de estudio y poder decidir el estadígrafo adecuado para hallar el nivel y tipo de correlación que tienen, siendo la condición:

Nivel de significancia igual o menor que 0.05 = distribución No normal

Nivel de significancia mayor que 0.05 = distribución normal

Tabla 31 *Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra*

|                                    |                   | Técnicas de<br>limpieza e<br>higiene | Preferencia del<br>cliente |
|------------------------------------|-------------------|--------------------------------------|----------------------------|
| N                                  |                   | 100                                  | 100                        |
| Parámetros normales <sup>a,b</sup> | Media             | 2,81                                 | 1,73                       |
|                                    | Desviación típica | ,918                                 | ,446                       |
|                                    | Absoluta          | ,252                                 | ,457                       |
| Diferencias más extremas           | Positiva          | ,178                                 | ,273                       |
|                                    | Negativa          | -,252                                | -,457                      |
| Z de Kolmogorov-Smirnov            |                   | 2,520                                | 4,574                      |
| Sig. asintót. (bilateral)          |                   | ,000                                 | ,000                       |

a. La distribución de contraste es la Normal.

b. Se han calculado a partir de los datos.

Las variables no tienen distribución normal, medidas con la prueba de Kolmogorov - Smirnov, por lo que se usó una prueba estadística no paramétrica, para medir la correlación entre las variables técnicas de limpieza e higiene de los equipos e instalaciones y la preferencia por el consumo de alimentos en los establecimientos participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, en este caso la prueba de correlación de Rho de Spearman:

Tabla 32 *Correlaciones*

|                 |   | Técnicas de limpieza e higiene | Preferencia del cliente |
|-----------------|---|--------------------------------|-------------------------|
| Rho de Spearman | Técnicas de limpieza e higiene de equipos e instalaciones | Coeficiente de correlación     | 1,000                   |
|                 |   | Sig. (bilateral)               | ,865**                  |
|                 |   | N                              | ,008                    |
|                 | Preferencia del cliente                                   | Coeficiente de correlación     | 100                     |
|                 |   | Sig. (bilateral)               | ,865**                  |
|                 |   | N                              | ,008                    |
|                 |   | 100                            | 100                     |

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

$\alpha = 0.05$  o 5% (nivel de significancia)

P-valor = .008 (p-valor <  $\alpha$ )

Rho= 0.865

**Resultado:** Se rechaza  $H_0$ , y se acepta  $H_1$

Para la segunda hipótesis secundaria se determinó un nivel de significancia del 5% y un nivel de confianza de 95%, habiendo obtenido un p-valor de 0.008 se demuestra que hay correlación significativa y positiva entre las

variables técnicas de limpieza e higiene de los equipos e instalaciones y la preferencia por el consumo de alimentos en los establecimientos participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”. Con un nivel de correlación alta ya que el Rho es de 0.865, pudiendo establecer que si la variable técnica de limpieza e higiene de los equipos e instalaciones se mantiene o mejora entonces la preferencia por el consumo de alimentos en los establecimientos participantes del concurso “Ceviche con sentimiento” tendería a aumentar.

Por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna que dice que las técnicas de limpieza e higiene de los equipos e instalaciones se relacionan significativa y positivamente con la preferencia por el consumo de alimentos en los establecimientos participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014.

### **Tercera hipótesis específica**

$H_0$  = La calidad de atención del personal no tiene relación significativa con la satisfacción del consumidor de alimentos de los establecimientos de participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014.

$H_1$  = La calidad de atención del personal tiene relación significativa con la satisfacción del consumidor de alimentos de los establecimientos de participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014.

Se eligió la prueba de Kolmogorov Smirnov para establecer el tipo de distribución que tienen las variables de estudio y poder decidir el estadígrafo adecuado para hallar el nivel y tipo de correlación que tienen, siendo la condición:

Nivel de significancia igual o menor que 0.05 = distribución No normal

Nivel de significancia mayor que 0.05 = distribución normal



Tabla 33 Prueba de Kolmogorov - Smirnov para una muestra

|                                    |                   | Calidad de atención del personal | Satisfacción del cliente |
|------------------------------------|-------------------|----------------------------------|--------------------------|
| N                                  |                   | 100                              | 100                      |
| Parámetros normales <sup>a,b</sup> | Media             | 2,78                             | 1,71                     |
|                                    | Desviación típica | ,960                             | ,456                     |
|                                    | Absoluta          | ,241                             | ,448                     |
| Diferencias más extremas           | Positiva          | ,159                             | ,262                     |
|                                    | Negativa          | -,241                            | -,448                    |
| Z de Kolmogorov-Smirnov            |                   | 2,407                            | 4,476                    |
| Sig. asintót. (bilateral)          |                   | ,000                             | ,000                     |

a. La distribución de contraste es la Normal.

b. Se han calculado a partir de los datos.

Las variables no tienen distribución normal, medidas con la prueba de Kolmogorov - Smirnov, por lo que se usó una prueba estadística no paramétrica, para medir la correlación entre las variables calidad de atención del personal y la satisfacción del consumidor de alimentos, en este caso la prueba de correlación de Rho de Spearman:

Tabla 34 Correlaciones

|                 |                                  | Calidad de atención del personal | Satisfacción del cliente |
|-----------------|----------------------------------|----------------------------------|--------------------------|
| Rho de Spearman | Calidad de atención del personal | Coefficiente de correlación      | 1,000                    |
|                 |                                  | Sig. (bilateral)                 | .                        |
|                 |                                  | N                                | 100                      |
|                 | Satisfacción del cliente         | Coefficiente de correlación      | ,605**                   |
|                 |                                  | Sig. (bilateral)                 | ,000                     |
|                 |                                  | N                                | 100                      |

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

$\alpha = 0.05$  o 5% (nivel de significancia)

P-valor = .000 (p-valor <  $\alpha$ )

Rho= 0.650

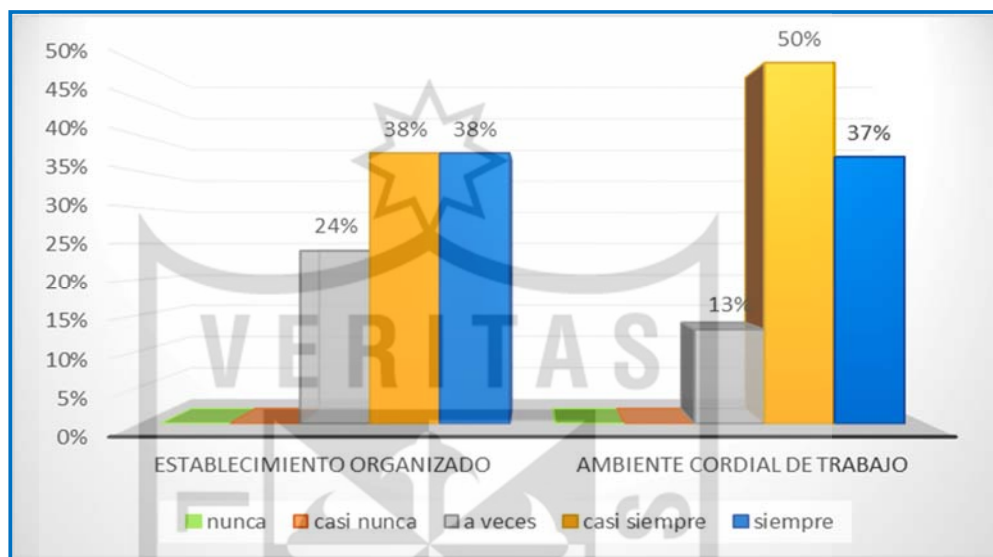
**Resultado:** Se rechaza  $H_0$ , y se acepta  $H_1$

La tercera hipótesis secundaria utilizó para su comprobación un nivel de significancia del 5% y un nivel de confianza de 95% y con un p-valor de 0.000 y se demuestra que hay correlación significativa entre las variables la atención del personal y la satisfacción del consumidor de alimentos de los establecimientos de participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”. Con un nivel de correlación buena ya que el Rho es de 0.650. Se puede establecer que si hay una esmerada atención del personal a los clientes, la preferencia de los mismos aumentará y se logrará su fidelización.

Por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna que dice una esmerada atención del personal se relaciona significativa y positivamente con la preferencia del consumidor de alimentos de los establecimientos de participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014.

## 4.2 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

La presente investigación ha determinado el estado actual de la Gestión de alimentos y bebidas en los establecimientos de participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, para lo cual se analizarán los aspectos referidos las variables de la presente investigación.



**Figura 03**

Restauración

En cuanto a la Restauración, la figura 03 nos señala que un 38% señala que siempre el puesto de venta de ceviche es un establecimiento organizado, un 38% lo considera que casi siempre y un 24% que lo es sólo a veces, de la misma manera el 50% manifiesta que casi siempre hay un ambiente cordial de trabajo.

En cuanto a la Restauración puedo señalar que los puestos de comida ambulante participantes del concurso “Ceviche con sentimiento” no son establecimientos formales por que no cumplen con las leyes laborales, evadiendo impuestos y formalidades jurídicas, así mismo no son establecimientos organizados ya que los comerciantes que atienden al público

consumidor, tienen conocimientos empíricos, no hay un protocolo de atención ni de manipulación de alimentos, el que prepara el ceviche es el que lo sirve y el que cobra, casi siempre está ocupado, atendiendo y algunas veces por el apuro confunde los pedidos. En la mayoría de los establecimientos observados sólo trabajaban dos personas, las cuales casi no conversaban, pero se notaba un trato respetuoso entre ellos, lo cual fue percibido por el público consumidor.

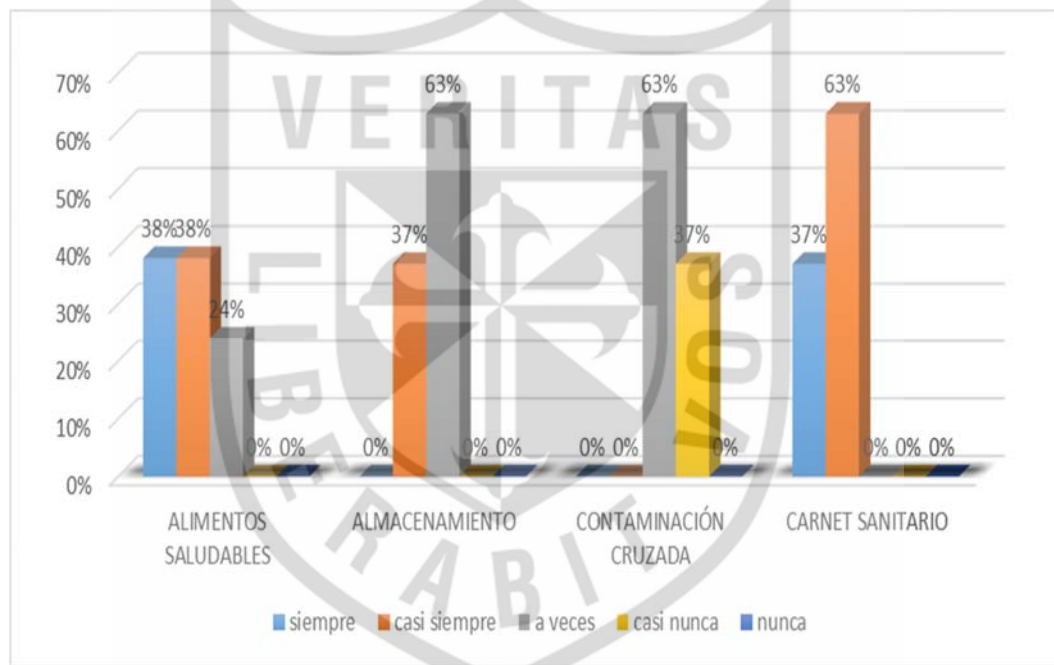
Debido a la aceptación del público consumidor de estos establecimientos, se debe lograr la formalización de estos puestos cevicheros, por ello el premio del concurso “Ceviche con sentimiento”, fue contar con su propio local, para ello se creó un plan de negocio denominado “barra cevichera” la cual es una propuesta para pequeños microempresarios, el requisito fundamental es tener una alta clientela y dar un servicio de calidad. Los tres finalistas del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014, cumplieron con dicho requisito y hoy en día ya dejaron la venta ambulatoria y pasaron a ser empresas formales.

Hoy en día el término restauración está relacionado a las actividades de fabricación, transformación y venta de comidas y bebidas, la cual tiene mucha aceptación en estos tiempos. Según García, García y Gil (2007). “La restauración puede ser definida como la actividad que se dedica a la presentación de servicios de comidas y bebidas”. (p. 2).

Y la restauración tiene como actor principal al cliente, el cual satisfecho con la atención recibida es nuestra mejor carta de presentación. Al respecto (Felipe, 2001), dice que “el cliente de los próximos años va a tener un mayor conocimiento de lo que se ofrece y esto le va a permitir elegir y seleccionar

aquello que más le convenga en función de sus motivaciones, deseos, expectativas, tratando de obtener por su dinero el mayor valor posible”. (p. 31).

Según García, et al. (2007) el cliente es la persona más importante en nuestro negocio o actividad, son las personas de las que depende la existencia de un negocio o empresa, nunca sucede al contrario, “...se pueden considerar como las personas que nos hacen un favor cuando entran, por lo cual no les hacemos un favor cuando los atendemos” (p. 151).



**Figura 04**

Saneamiento y manipulación de alimentos.

La figura 04 señala que en cuanto al saneamiento y manipulación de alimentos un 38% considera que siempre y casi siempre los alimentos son saludables, así mismo un 68% considera que solo a veces hay un buen almacenamiento y un 37% considera que casi siempre lo hay, en relación a la

contaminación cruzada un 63% considera que a ves hay contaminación cruzada y solo un 38% que casi nunca la hay. Así mismo se puede añadir que los vendedores cuentan con su carnet de sanidad ya que un 63% manifiesta que casi siempre lo tienen y un 37% que lo tienen siempre.

En cuanto al Saneamiento en la manipulación de alimentos y bebidas en los establecimientos de participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014, se puede apreciar al público consumidor, los insumos que utilizan los vendedores no son tan saludables como parecen ya que son comprados en los mercados de las zonas aledañas, en los cuales el pescado está expuesto a la contaminación del ambiente, sin refrigeración para su conservación, así mismo guardan sus insumos dentro de su carretilla, sin un debido almacenamiento. Por ello es importante tener en cuenta la definición de trazabilidad: Es la capacidad para seguir el movimiento de un alimento a través de etapas especificadas de la producción, transformación y distribución” (García, et al., 2007, p. 42).

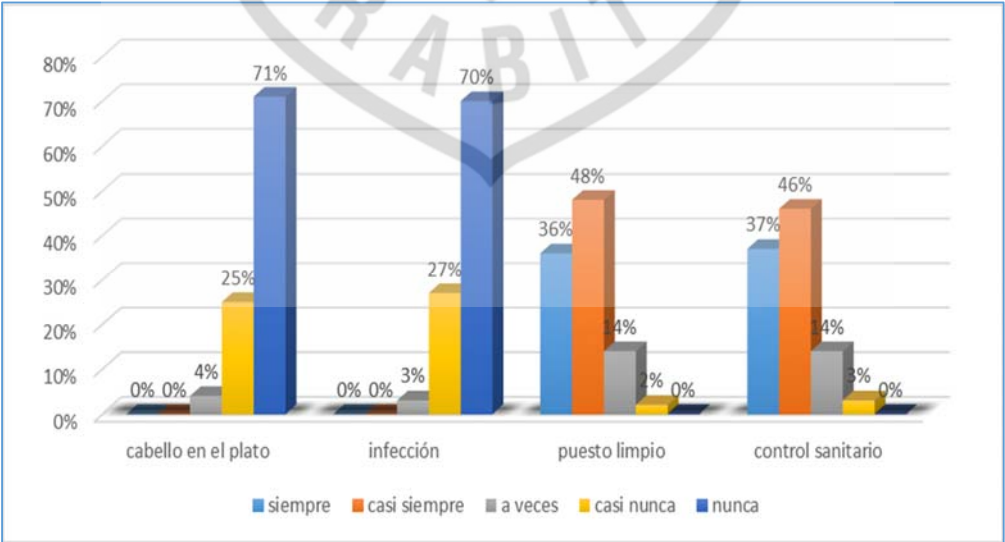
Otro punto muy importante es el referido a la Contaminación de los alimentos, ya que se observa que hay una contaminación cruzada por el uso de los utensilios, como las mismas tablas y cuchillos de picar, para pescado y vegetales, así como por los cambios de temperatura de los alimentos, se pudo notar que junto al pescado crudo, se fríe la pota para el chicharrón, también se pudo apreciar que los alimentos se encontraban sin protección, tal es el caso del pescado, que debía estar refrigerado y otros alimentos como la cancha, choclo, lechuga que no se encontraban en depósitos con tapa.

Al respecto Felipe y Felipe (2004), señalan que “Todos los equipos de frio y calor deben ir provistos con elementos o dispositivos que nos permitan

controlar y registrar la temperatura en cada momento. Estos serán termómetros, registradores gráficos de temperaturas, etc., que estarán siempre situados en zonas visible, mejor en el exterior del equipo/elemento para que no haya necesidad de abrirlo” (p. 251).

Si bien los vendedores cuentan con un permiso municipal, así como un carnet sanitario, para la obtención del mismo se solicita un análisis de sangre, para ver las principales enfermedades, de heces para el control de parásitos y una radiografía para ver el estado de los pulmones, en dicha evaluación debe ser permanente ya que se trabaja manipulando alimentos. Es muy importante estar saludable y también tener un ambiente limpio libre de contaminación.

Es por ello que el Manual de buenas prácticas de manipulación de alimentos - MINCETUR (2008), señala que las normas HACCP son “procedimientos operativos estandarizados que describen las tareas de saneamiento en la limpieza y desinfección, se aplican antes, durante y después de las operaciones de elaboración de los alimentos” (p. 73).



## Figura 11

### Saneamiento y manipulación de alimentos.

La figura 11 señala que con relación al saneamiento y contaminación de los alimentos un 71% señala que nunca encontró un cabello en el plato, un 25% que casi nunca y un 4% que a veces lo encuentra, de la misma manera un 70% señala que nunca ha tenido una infección por comer en dicha carretilla, un 27% que casi nunca se enfermó y un 3% que sólo a veces se enferma. Otro aspecto que si fue notado por los consumidores fue la limpieza del puesto de venta y sólo un 48% señala que casi siempre se encuentra limpio, un 36% que siempre lo está, mientras que un 14% señala que lo está solo a veces y un 2% dice que casi nunca el puesto de venta está limpio, En cuanto al control sanitario el público consumidor hay un 46% de control sanitario casi siempre y un 37% que siempre lo hay, mientras que un 14% señala que sólo a veces hay un control sanitario y un 3% que casi nunca lo hay.

Es muy importante señalar que el saneamiento y una correcta manipulación de alimentos garantizan que cualquier cliente pueda comer con la seguridad de que no se va a enfermar, es muy penoso ir a comer a un lugar y luego terminar con una infección estomacal, y saber que ha sido causado por la contaminación de los alimentos. Por ello es importante tener en cuenta donde vayan a comer y sobre todo si el puesto está limpio, si hay un control sanitario y un cuidado con los alimentos especialmente con el pescado.

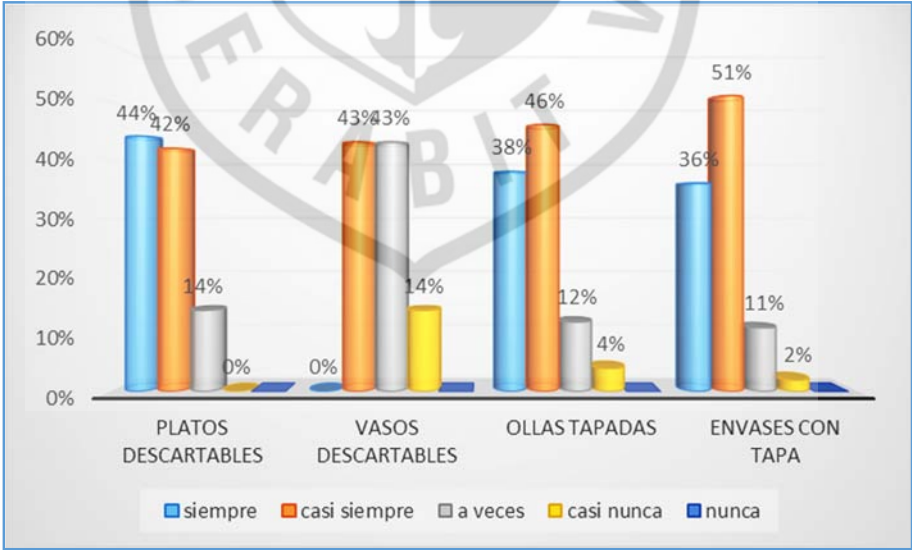
El pescado como alimento, al igual que el resto de los productos alimenticios, lleva implícito el riesgo de provocar enfermedades a los consumidores, si no toman las medidas que previene o eliminan la contaminación por microorganismos patógenos o toxinas. La inocuidad del



pescado como alimento es un aspecto muy importante en la necesidad de proteger al consumidor y de asegurar la sostenibilidad de la industria (FAO, 2000, p. 10).

Al respecto García, et al. (2007), dice que las causas por las que se alteran los alimentos tienen dos orígenes el primero por descomposición natural y el segundo por contaminación por microorganismos (p. 44).

Si bien en el país hay muchas personas que viven con diversos parásitos o infecciones, las que son de tipo alimentarias se producen por la ingesta de alimentos contaminados con microorganismos patógenos vivos, generalmente bacterias. Crecen y se desarrollan al tiempo que pueden alterar el alimento (Pino, Solís, Jiménez. 2011, p. 53).



**Figura 14**

Equipamiento

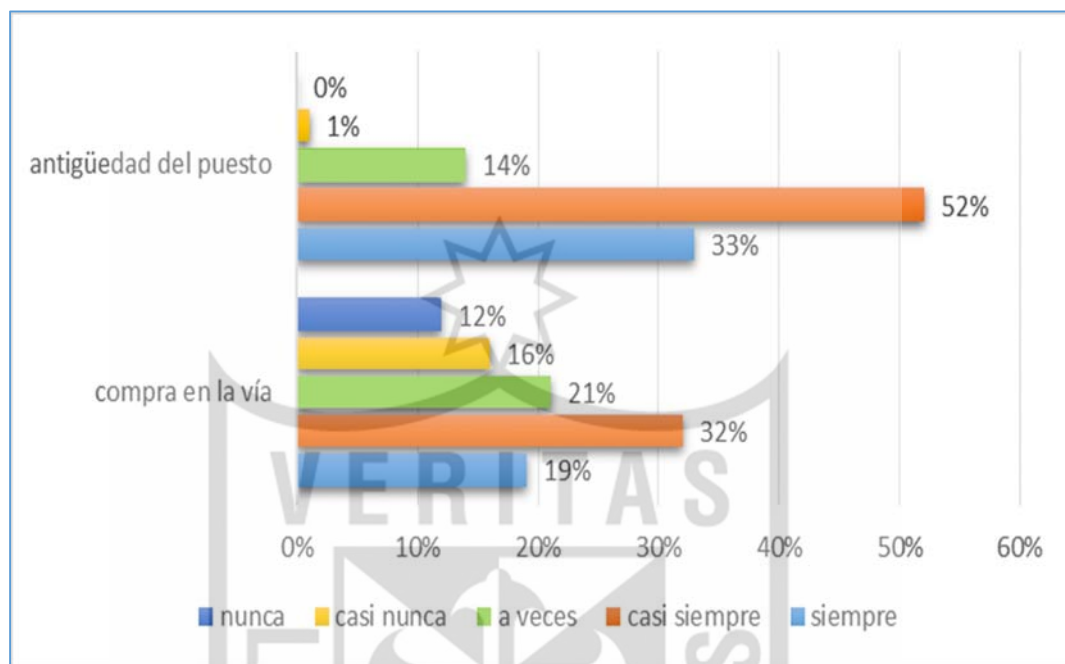
La figura 14 señala que con relación al equipamiento, en el uso de platos descartables un 44% siempre los utiliza, un 42% los usa casi siempre y todavía hay un 14% que los utiliza a veces, de la misma manera en el uso de los vasos descartables un 43% señala que los usan siempre y también con ese mismo porcentaje casi siempre, mientras que un 14% señala que solo los usan a veces, con relación a tener ollas tapadas un 46% señala que casi siempre lo están, un 36% que siempre están las ollas con tapa, mientras que un 12% señala que solo las tapan a veces y un 4% señala que lo hacen casi nunca. Otro punto importante son los envases con tapa un 51% señala que casi siempre hay envases tapados, un 36% que lo hay siempre, mientras que un 11% señala que solo a veces y un 2% que casi nunca los envases están tapados.

Es muy importante que en los puesto de venta de ceviche sólo se usen platos y vasos descartables, ya que al no haber agua corrida no hay donde lavar dichos menajes, así mismo las ollas siempre deben estar bien tapadas, así como los depósitos donde se guaran los otros ingredientes como el choclo, camote, canchita, etc., así se puede evitar que ingresen las moscas y otros insectos que son contaminantes.

Es importante también tener en cuenta las recomendaciones de la FAO que señala un prototipo de carretilla cevichera acondicionada para tener refrigerado el pescado y así evitar la contaminación,

Los equipos de trabajo van a ayudar a dar respuesta a los numerosos riesgos y peligros a los que podemos enfrentarnos, siempre y cuando los utilicemos de manera adecuada, y cuando hablamos de equipos, siempre nos referimos a aquellos elementos

que nos van a permitir mantener unas temperaturas adecuadas en frío o en calor, para evitar o minimizar esos riesgos alimentarios (Felipe y Felipe, 2004: p, 249).



**Figura 17**  
**Comercio Informal**

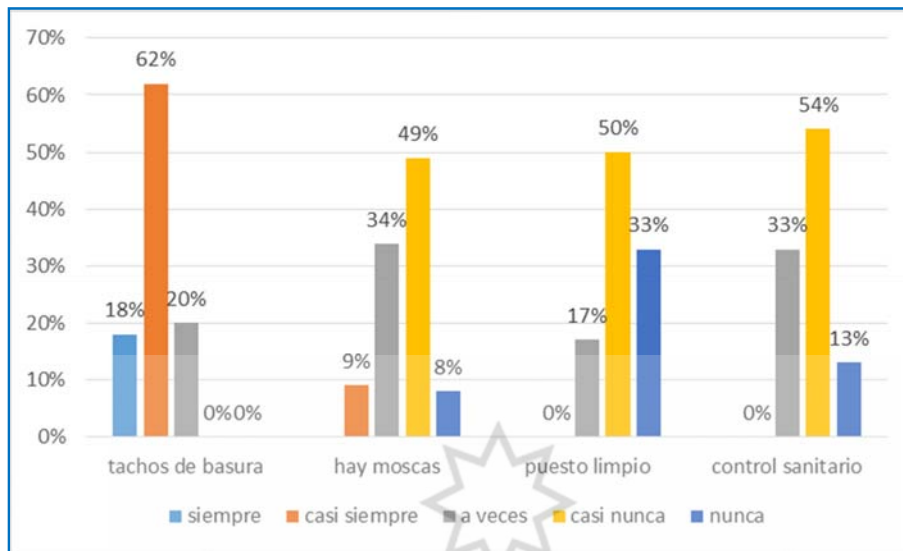
La figura 17 señala que con relación al comercio informal, en la antigüedad de puesto de venta de ceviche un 52% señala que casi siempre estuvo en el mismo lugar, un 33% que siempre estuvo allí, un 14% señala que estuvo allí solo a veces y un 1% que casi nunca estuvo allí, de la misma manera sobre si realiza compras en la vía pública las respuestas son diversas un 32% señala que lo hace casi siempre, un 21% que realiza dichas compras solo a veces, un 19% que siempre las hace, un 16% que los hace casi nunca y un 12% que nunca compra en la vía pública.

Si bien el comercio informal es una realidad de la población del Perú, estudios recientes señalan que en el ámbito de Lima Metropolitana el trabajo

más común dentro del empleo informal es la venta ambulante. Se ha calculado que los vendedores ambulantes representan alrededor del 14% del empleo informal total de Lima Metropolitana (Castellanos, 2014, p. 8).

En la actualidad no existe información censal en relación al número de vendedores callejeros de ceviches en Lima metropolitana. Una estimación del Ministerio de Salud de los últimos años, indicaba que existían alrededor de 14,500 vendedores callejeros de alimentos preparados en general operando en Lima Metropolitana, cuya clientela son un gran número de trabajadores y estudiantes quienes recurren al comercio callejero de alimentos baratos y cerca de sus centros de trabajo o estudio (FAO, 1997, p. 68).

La propuesta de la barra cevichera es una buena oportunidad para dejar la informalidad y contar con un negocio propio, que logre ser rentable y permita a un humilde vendedor ambulante lograr el sueño de tener su propio restaurante en las mejores condiciones y sobre todo con el cuidado de la salud, cabe señalar que los tres finalistas del concurso ceviche con sentimiento a la fecha cuentan ya con su negocio propio y Ronald Abad el ganador del Concurso ha inaugurado su segunda barra en el Jirón Risso en el distrito de Lince, gracias al Plan de negocio cevichero que se adjunta en la presente investigación.



**Figura 18**

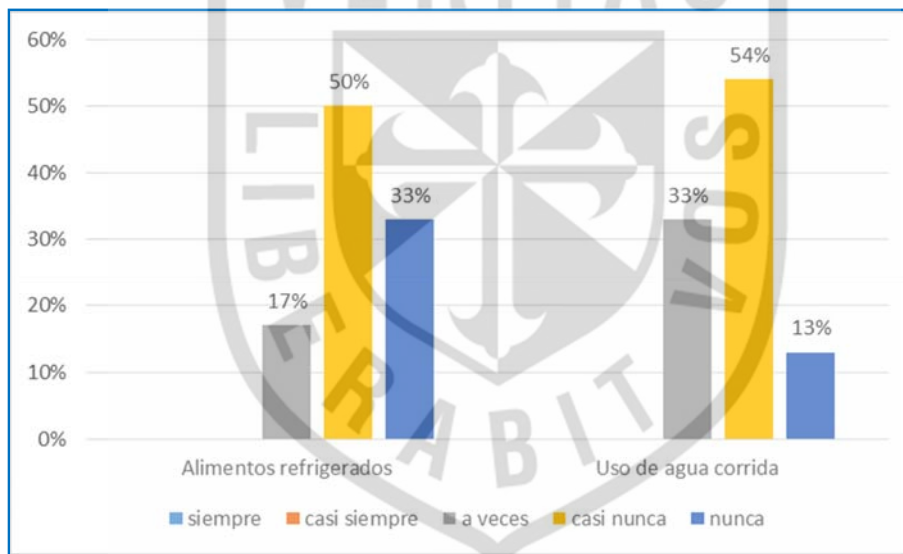
### **Tecnologías apropiadas para la comercialización de alimentos**

La figura 18 señala el uso de tecnologías apropiadas para la comercialización de los alimentos, con relación al uso de tachos de basura con tapa, un 62% señala que los hay casi siempre, un 18% que siempre los hay en el puesto y un 20% señala que solo a veces el tacho cuenta con una tapa, de la misma manera con relación a la presencia de insectos como las moscas un 49% señala que casi nunca las hay, un 34% señala que hay moscas a veces, un 9% señala que casi siempre las hay y un 8% que nunca, también con relación a un puesto limpio el 50% señala que casi nunca el puesto está limpio, un 33% que nunca está limpio y un 17% que solo lo está a veces. Con relación al control sanitario un 54% señala que casi nunca hay un control sanitario de los alimentos, un 13% que nunca lo hay y solo un 33% que considera que lo hay a veces.

Estas respuestas de la población son preocupantes y es que la limpieza es muy necesaria, no se puede preparar alimentos junto a depósitos llenos de

basura, expuestos a la contaminación del parque automotor, que contamina los alimentos que están en la vía pública, etc. Es importante que nuestras autoridades velen por la seguridad alimentaria de la población.

Según Palomino Huamán (2011), las tecnologías que se deben utilizar para poder comercializar alimentos deben incluir una dotación de agua segura, con grifos que tengan agua potable. Así mismo se deben tener depósitos para almacenar aguas residuales y depósitos con tapa para recolectar la basura.



**Figura 20**

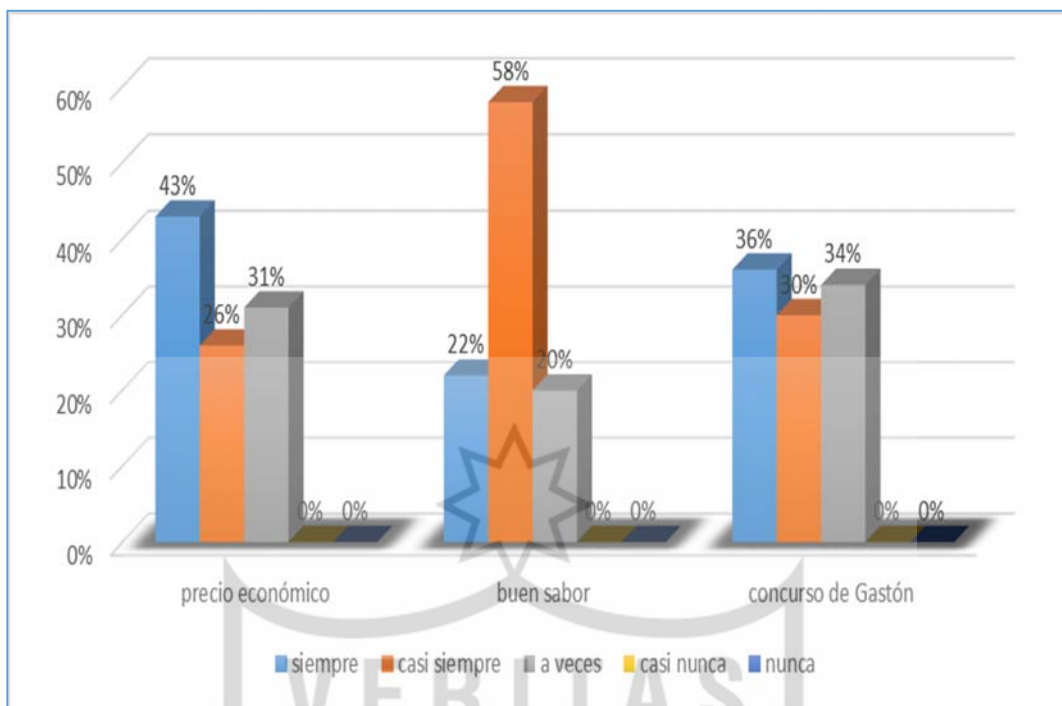
### **Conservadores**

La figura 20 señala que con relación al saneamiento y contaminación de los alimentos un 50% señala que los alimentos casi nunca están refrigerados, un 33% que nunca los están y un 17% que lo están sólo a veces, de la misma manera con relación al uso de agua corrida un 54% señala que casi nunca hay

agua, un 33% señala que hay a veces agua corrida y un 13% señala que nunca la hay.

Estos puestos de Ceviche no tienen un sistema de refrigeración para conservar los alimentos, especialmente el pescado que se descompone a gran velocidad, sólo en dos puestos se encontró un pequeño cooler para hielo, en el cual conservaban el pescado, así mismo la falta de agua corrida pone en riesgo la salud, ya que con las mismas aguas sucias enjuagan los platos, vasos y trapos que usan para limpiar las mesas, siendo esto un foco de contaminación y un gran punto crítico.

La conservación de las comidas o alimentos preparados, durante el tiempo que transcurre hasta su venta es otro punto crítico importante. El análisis microbiológico de alimentos de procedencia callejera efectuado en Lima mostró una mayor cuenta de coliformes fecales en aquellos preparados con mucha anticipación a su consumo y que se mantuvieron a la intemperie sin protección alguna. La conservación de las comidas en la vía pública es un punto crítico sobre todo en lugares de clima caliente o en época de verano y, especialmente, cuando son alimentos que reúnen condiciones para actuar como medio de cultivo de bacterias patógenas o por su facilidad de deterioro, como es el caso de las preparaciones que contienen mayonesa de huevo, mariscos frescos, rellenos a base de carne molida, ceviches de pescado crudo, etc. (Palomino, 2006, citado en FAO, 2011).



**Figura 21**

### **Venta de comida ambulatória**

La figura 21 señala que con relación a la venta de comida ambulatória, un 43% la compra siempre ya que su precio es económico, un 26% la compra casi siempre por la misma razón y un 31% lo hace a veces, otra de las razones importantes es el buen sabor y un 58% la compra casi siempre por ello, un 22% la compra siempre por el sabor del potaje y un 20% lo compra sólo a veces, así mismo al hablar de prestigio no podemos dejar de preguntar si consumen en esta puesto cevichero por su participación en el concurso “Ceviche con sentimiento” y un 36% señala que siempre lo consume por esa razón, un 30% lo hace casi siempre y un 34% lo hace a veces.

Y si bien las razones para el consumo de este plato son el bajo precio, los cuales oscilan desde los 15.00 a 20.00 soles, de la misma manera el sabor y



gracias a ello que fueron seleccionados entre muchos cevicheros, también lo es el prestigio, ya que muchos nuevos clientes fueron atraídos por la publicidad de los medios de comunicación.

Nuestro Ceviche es un plato representativo, que fue consumido desde hace muchos años y que seguirá gozando de la preferencia del público consumidor, aunque tiene variaciones en su presentación, su sabor atrae a más de un comensal, es por ello que es el plato más representativo de nuestra gastronomía.

Por este motivo en el libro “La comida popular ambulante de antaño y hogaño en Lima, señala que: La gastronomía popular, como manifestación cultural, no sólo modificó dietas y patrones de consumo, también influyó notablemente en la renovación de los códigos de comunicación y formas de hablar de los peruanos. Los aromas y sabores de la comida popular suscitaron numerosas experiencias sensoriales. En la actualidad los pobladores de los pueblos jóvenes también asocian la comida con su entorno social. En ese sentido, el escritor Alonso Cueto en su obra “Valses, rajes y cortejos: ensayos y crónicas sobre temas peruanos”, señala que: “para nosotros el mundo no se mira o se toca, se come” (Macera y Soria, 2015, p.17).

## CONCLUSIONES

Con la presente investigación se ha llegado a las siguiente conclusión que existe una relación significativa entre la satisfacción que tiene el público consumidor de los establecimientos participantes del concurso “Ceviche con sentimiento” y una adecuada Gestión de alimentos y bebidas, por ello todo establecimiento debe ofrecer un valor diferencial en la atención al cliente, en la manipulación de alimentos y en su equipamiento, que le otorgará un carácter de competitividad y le permitirá superar las expectativas del cliente.

- Se ha logrado demostrar que existe una relación significativa entre la calidad de atención al cliente y la preferencia del consumidor, es por ello que los factores de calidad se encuentran presentes tanto a nivel sensorial, ya que el público disfruta del sabor del potaje, a nivel cuantitativo considera que la porción es adecuada y el precio justo.
- Se ha logrado demostrar que existe una relación significativa entre el saneamiento en la manipulación de alimentos con la preferencia de los consumidores de los establecimientos de comida ambulatoria, ya que toda persona tiene la prioridad de cuidar su salud,
- También se ha logrado demostrar que existe una relación significativa entre un adecuado equipamiento y la preferencia de los consumidores, ya que los clientes prefieren acudir a comer a lugares limpios donde se tenga un equipamiento adecuado, por ello todo vendedor de

alimentos debe acondicionar depósitos con grifos de agua corrida y otros para depositar las aguas residuales, de la misma manera tener un almacenamiento para los residuos sólidos con tapas, para evitar los diferentes vectores y utilizar utensilios y baterías de cocina en buenas condiciones y menajes descartables, para prevenir el contagio de enfermedades.



## RECOMENDACIONES

La gestión de alimentos y bebidas es muy importante para la comercialización de alimentos y bebidas ya que orienta y regula la calidad de atención al cliente, el saneamiento en la manipulación de alimentos, un adecuado equipamiento que permita cuidar la salud por lo cual es importante considerar las siguientes recomendaciones:

1. Se recomienda a los vendedores ambulantes en cuanto a la gestión de calidad, brindar una buena atención al cliente, sin embargo en cuanto a los sistemas de calidad, si bien se cumplen muchas de las ordenanzas municipales, no se cumplen con las Normas ISO 9000, las cuales son tan importantes para el cuidado de la salud.
2. Se recomienda a la Oficina de Control de Alimentos y Bebidas de los Gobiernos locales deberán verificar que los vendedores de comida ambulatoria sólo utilicen platos, vasos y cubiertos descartables, así mismo deberán controlar permanentemente que las baterías y utensilios estén en buenas condiciones y que utilicen cuchillos y tablas de picar de forma diferenciada, según el tipo de alimento, que hayan tachos con tapa almacenar los residuos y que la comercialización de alimentos se de en un ambiente limpio, donde se disfrute del sabor y se cuide la salud de la población.
3. Se recomienda tener en cuenta la higiene personal del vendedor ambulante, la higiene en la manipulación de los insumos como el pescado, debido a que pasan varias horas expuestos al aire libre y las bacterias se multiplican antes

de su compra y a la hora de su preparación, especialmente en verano, también se encontró evidencia de contaminación cruzada por el uso de las mismas tablas de picar y cuchillos para todos los ingredientes, es por ello que hay presencia de toxiinfecciones alimentarias que se presentan de manera desapercibida y que con el paso el tiempo tienen mayor notoriedad.



## FUENTES DE INFORMACIÓN

Alarico, C. y Gómez, A. (2005). *Gerencia de relaciones públicas y protocolo*. Caracas: Editorial CEC.

Alonso, I., Iwasaki, F. y Gherzi, E. (1989). *El Comercio ambulatorio en Lima*. Lima: Editor Instituto Libertad y Democracia.

De Soto, H. (1987). *El Otro Sendero*. Bogota: Editorial Printer Colombiana.

Dirección General de Salud Ambiental (2005). *Norma sanitaria sobre el procedimiento para la aplicación del sistema HACCP en la fabricación de alimentos y bebidas*. Lima: DIGESA.

Felipe, C. y Felipe, J. (2004). *Manual de higiene y seguridad alimentaria en hostelería*. Madrid: Ediciones Paraninfo.

Felipe, J. (2001). *Gestión de alimentos y bebidas para hoteles, bares y restaurantes*. Madrid: Ediciones Paraninfo.

Garcia, F., Garcia, P. y Gil, M. (2007). *Técnicas de servicio y atención al cliente*. Madrid: Editorial Thomson.

Ingraham, J. e Ingraham, C. (1998). *Introducción a la microbiología*. Barcelona: Editorial Reverté.

Leikis, M. (2007). *Diseño de espacios para gastronomía*. Buenos Aires: Editorial Nobuko.

- Lozano, R., Martín, A. y Martín, J. A. (2007). *Procesos de cocina (aspectos transversales)*. Madrid: Editorial Visión Libros.
- Macera, P. y Soria, M. (2015). *La comida popular ambulante de antaño y hogaño en Lima*. Lima: Fondo Editorial Universidad de San Martín de Porres.
- Macera, P. y Túcunan, S. (2014). *Comida ambulante, ofertas gastronómicas de Lima Norte*. Lima: Fondo Editorial Universidad de San Martín de Porres.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2008). *Manual de buenas prácticas de manipulación de alimentos para restaurantes y servicios afines*. Lima: MINCETUR.
- Olivas, R. (1998). *La cocina en el virreinato del Perú*. Lima: Fondo Editorial Universidad de San Martín de Porres.
- Pascual, R., Calderón, V. (1998). *Microbiología alimentaria. Metodología analítica para alimentos y bebidas*. Madrid: Editorial Díaz de Santos.
- Pino, M., Solís, C. y Jiménez, M. (2013). *Seguridad e higiene y protección ambiental en hostelería*. Málaga: Editorial Innovación y Cualificación.
- PromPerú. (2009). *Perú mucho gusto*. Lima: Gráfica Biblos.
- Rosell, J. (2013) *Gestión de bar y cafetería. Estrategia de éxito para su creación, organización y control*. Vigo: Editorial Ideaspropias.

Salomón, R. y Salomón, M. (1998) *Temas de Gastroenterología*. Caracas: Universidad Central de Venezuela.

Senlle, A. y Gutiérrez, N. (2005). *Calidad en los servicios educativos*. Madrid: Editorial Díaz de Santos.

Villavicencio, M. (2007). *Seminario historia de la cocina peruana*. Lima: Fondo Editorial Universidad de San Martín de Porres.

### Web

Castellanos, T. (2014). *Vendedoras y vendedores ambulantes de Lima Metropolitana, Perú*. Recuperado de <http://wiego.org/sites/wiego.org/files/publications/files/IEMS-Lima-Street-Vendors-City-Report-espanol.pdf>

Contreras, R. (Coord.). (2007). *Necesidades del comercio al por menor en Celaya. Pequeños y micro negocios*. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/242/indice.htm>

Correia, G, Fernandes, L, Leão de Menezes, P, Pinheiro P y Araújo, D, (2012). Gestión de calidad del servicio de alimentos y bebidas. La importancia del manipulador de alimentos en la calidad del servicio hotelero de la ciudad de João Pessoa, Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21(3), 763-777. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180724044012>

Food and Agriculture Organization. (1997). *Equipos e instalaciones de bajo costo para la comercialización minorista de pescado*. Recuperado de <http://www.fao.org/docrep/003/w5831s/w5831s00.HTM>



Food and Agriculture Organization. (2000). *Utilización responsable del pescado*. Recuperado de <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/005/w9634s/w9634s02.pdf>

Food and Agriculture Organization. (2011). *Estrategias de Palomino Huamán para el mejoramiento de la calidad de alimentos callejeros en América Latina y el Caribe*. Recuperado de <http://www.fao.org/docrep/w3699t/w3699t08.htm>

Hazard Analysis and Critical Control Points (2011). *Análisis de peligros y puntos críticos de control programa de capacitación*. Recuperado de <http://nsgl.gso.uri.edu/flsgp/flsgpe11002.pdf>

Huerta, J. (2004). *El desempleo en Venezuela*. Recuperado de <http://www.mipagina.cantv.net/jbhuerta/desempleo.htm>

López, E. (1996). *Calidad alimentaria*. Recuperado de <http://calidadalimentariaeloisablogspot.pe/p/factores-de-calidad.html>

Majluf, P (2012). *Comemos pescado contaminado*. Entrevistador: David Roca Basadre. Recuperado de <http://www.rumbosdelperu.com/patricia-majluf-comemos-pescado-contaminado--V47.html>

Morato, N. G. (02 de 01 de 2016). *Pescado: higiene y conservación para evitar contaminaciones*. Recuperado de <http://www.consumer.es/seguridad-alimentaria/sociedad-y-consumo/2010/06/28/193936.php>

Radio Programas del Perú. (2012). *Helicobacter pylori: uno de los riesgos de comer pescado crudo*. Recuperado de <http://vital.rpp.pe/salud/helicobacter-pylori-uno-de-los-riesgos-de-comer-pescado-crudo-noticia-479258>



# Anexos

ANEXO 1: Matriz de Consistencia

ANEXO 2: Matriz de dimensiones e indicadores

ANEXO 3: Encuestas

ANEXO 4: Informe del Juicio de Expertos

ANEXO 5: Modelo Mejorado tipo mueble para venta callejera de Ceviches

ANEXO 6: Figura 23

ANEXO 7: Ordenanza que regula el comercio ambulatorio en los espacios públicos en lima metropolitana

## ANEXO 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA

### LA GESTIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN RELACIÓN A LOS ESTABLECIMIENTOS DE COMIDA AMBULATORIA PARTICIPANTES DEL CONCURSO “CEVICHE CON SENTIMIENTO”, 2014.

| PROBLEMA   | OBJETIVOS  | HIPÓTESIS   | VARIABLES  | METODOLOGÍA  | POBLACION   |
|--|--|---|--|--|---|
| <p><b>General</b></p> <p>¿Cuál es la relación que se establece entre la Gestión de Alimentos y Bebidas en el comercio ambulatorio y la preferencia del público consumidor de los establecimientos de los participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014?</p>   | <p><b>General</b></p> <p>Determinar la relación que existe entre la Gestión de Alimentos y Bebidas que se realiza en el comercio ambulatorio y la satisfacción del público consumidor de los establecimientos de participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014.</p>   | <p><b>General</b></p> <p><b>HG:</b> La Gestión de Alimentos y Bebidas que se realiza en el comercio ambulatorio tiene relación significativa con la satisfacción del público consumidor de los establecimientos de participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014.</p>  | <p>Independiente:</p> <p>GESTIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS:</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La Restauración</li> <li>• Saneamiento en la manipulación de alimentos.</li> <li>• Equipamiento</li> </ul>   | <p>Método de la investigación:</p> <p>- Descriptivo</p> <p>Tipo: Correlacional</p> <p>Aplicativa</p> <p>Nivel: Básico</p> <p>Diseño:</p> <p>Diseño específico:</p> <div style="text-align: center;"> <pre> graph TD     M --- OX     M --- OY     R --&gt; Down[ ]             </pre> </div> | <p>Población :<br/>Pobladores de la Ciudad de Lima Metropolitana</p> <p>Población:<br/>Público consumidor de los establecimientos participantes del Concurso “ Ceviche con sentimiento”</p> <p>Muestra:<br/><br/>100 personas</p> |
| <p><b>Específicos:</b></p> <p>¿En qué medida el estado de higiene en la manipulación de alimentos y bebidas está relacionada con la preferencia del consumidor de los establecimientos participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014?</p> <p>¿De qué manera las técnicas de limpieza e higiene de equipos e instalaciones se relacionan con la preferencia de los consumidores de alimentos en los establecimientos participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014?</p> <p>¿De qué manera la calidad de atención del personal tiene relación con la satisfacción del consumidor de alimentos de los establecimientos de participantes</p> | <p><b>Específicos</b></p> <p>Determinar la relación que existe entre el estado de higiene en la manipulación de alimentos y bebidas y la preferencia del consumidor de los establecimientos participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014.</p> <p>Determinar el estado de las técnicas de limpieza e higiene de equipos e instalaciones y su relación con la preferencia por el consumo de alimentos en los establecimientos participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014.</p> <p>Determinar la calidad de atención del personal y la relación que tiene con la satisfacción del consumidor de alimentos de los establecimientos de participantes</p> | <p><b>Específicas:</b></p> <p><b>H<sub>1</sub>:</b> La higiene en la manipulación de alimentos y bebidas tiene relación significativa con la preferencia de consumo de los clientes de los establecimientos participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014.</p> <p><b>H<sub>2</sub>:</b> Las técnicas de limpieza e higiene de los equipos e instalaciones tienen relación significativa con la preferencia de los consumidores de alimentos en los establecimientos participantes del concurso “Ceviche con sentimiento”, 2014.</p> <p><b>H<sub>3</sub>:</b> La calidad de atención del personal tiene relación significativa con la satisfacción del consumidor de alimentos de los establecimientos de participantes</p> | <p>Dependiente:</p> <p>PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR DE COMIDA AMBULATORIA</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El Comercio Informal</li> <li>• Las Tecnologías apropiadas para la venta de alimentos ambulorios</li> <li>• Las Costumbres populares relacionadas con la cocina peruana.</li> </ul> | <p>OX</p> <p>OY</p> <p>M</p> <p>R</p> <p>Relación</p>  |   |

|   |   |   |  |  |  |
|---|---|---|--|--|--|
| del concurso "Ceviche con sentimiento", 2014? | del concurso "Ceviche con sentimiento", 2014. | del concurso "Ceviche con sentimiento", 2014. |  |  |  |
|---|---|---|--|--|--|

## ANEXO 02: MATRIZ DE DIMENSIONES E INDICADORES

### LA GESTIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN RELACIÓN A LOS ESTABLECIMIENTOS DE COMIDA AMBULATORIA PARTICIPANTES DEL CONCURSO

#### "CEVICHE CON SENTIMIENTO, 2014".

| VARABLES                       | DIMENSIONES   | INDICADORES                    | PREGUNTAS A LOS CONSUMIDORES  | PREGUNTAS A LOS DUEÑOS DEL PUESTO DE COMIDA  | ITEMS                                |
|--------------------------------|---|--------------------------------|---|--|--------------------------------------|
| Gestión de alimentos y bebidas | La Restauración                                       | El Restaurante                 |   | 1. Cantidad de clientes de lunes a viernes<br>2. Cantidad de clientes fines de semana                    | Preferencias del Restaurante         |
|                                |   | Manejo de alimentos y bebidas  |   |  |                                      |
|                                |   | Atención al cliente            |   | 3. Los trabajadores del puesto de comida lo atienden con amabilidad                                      | Atención al cliente                  |
|                                | Saneamiento en la manipulación de alimentos y bebidas | Trazabilidad                   |   | 4. Los alimentos se compran en lugares saludables<br>5. Cuentan con un almacenamiento para los alimentos | Compra y almacenamiento de alimentos |
|                                |   | Contaminación de los alimentos | 1. Alguna vez en un plato de ceviche u otro plato encontró un cabello, insecto u otra cosa.<br>2. Alguna vez sufrió de una infección o intoxicación después de consumir comida ambulatoria. | 6. Utilizan el mismo cuchillo para cortar carnes como el pescado y vegetales como limón o cebolla, etc.  | Agentes contaminantes                |

|  |  |   |  |  |  |
|--|--|---|--|--|--|
|  |  | Normas HACCP  | 3. El puesto de comida está siempre limpio<br>4. Conoce usted si los alimentos tienen un control sanitario.  | 7. Los trabajadores del puesto de comida tienen carnet de sanidad.     | Carnet de sanidad<br>Control sanitario |
|  | Equipamiento   | Menajes   | 5. Para servir la comida utilizan siempre platos descartables.<br>6. Las bebidas se sirven en vasos descartables.  |  | Usos de menaje descartable             |
|  |  | Baterías  | 7. Las ollas están siempre tapadas.<br>8. Los ingredientes como el choclo, cancha, camotes, etc. se encuentran guardados en envases con tapa.  |  | Ollas y envases tapados                |
|  |  | Utensilios  |  | 8. Sus utensilios e implementos de cocina se encuentran en buen estado | Utensilios en buen estado              |
| Percepción de los consumidores de comida ambulatoria | El Comercio Informal   | Actividades Informales  | 9.   |  | Vía pública                            |
|  |  | Ambulantes  | 10. Este puesto de comida tiene funcionando mucho tiempo.  | 9. Este puesto de comida tiene permiso municipal                       | Venta ambulatoria                      |
|  |  | Venta de comida ambulatoria   | 11. Prefiero comer aquí porque el precio es económico.<br>12. Prefiero comer aquí, porque la comida tiene buen sabor<br>13. Prefiero comer aquí, porque el dueño participa en el concurso organizado por Gastón Acurio | 10. El lugar donde está ubicado su negocio es adecuado.                | Lugar adecuado                         |
|  | Las Tecnologías apropiadas para la venta de alimentos ambulatorios | Aspectos críticos en las condiciones mínimas de seguridad alimentaria | 14. El puesto de comida tiene tachos de basura con tapa.<br>15. Hay moscas en el puesto de comida.   |  | Acondicionamiento                      |

|   |  |  |  |  |                         |
|---|--|--|--|--|-------------------------|
|   |  | Filtros de agua para puestos ambulantes                                  |  | 13. El puesto de comida tiene equipado un depósito para tener agua corrida                 | Agua corrida            |
|   |  | Conservadores para alimentos y el equipamiento del comercio ambulatorio. |  | 14. Cuenta con envases que permiten tener el pescado conservado a una temperatura adecuada | Alimentos refrigerados  |
| Las Costumbres populares relacionadas con la cocina peruana |  | Antecedentes históricos  |  | 16. Trabaja en este establecimiento porque aprendió el negocio de sus padres               | Trabajo familiar        |
|   |  | Tradiciones  | 17. Viene a comer en familia a este puesto de comida                                     |  | Tradición familiar      |
|   |  | Celebraciones Populares  | 18. Consume alimentos en puestos ambulantes en los desfiles, fiestas costumbristas, etc. |  | Celebraciones populares |

ANEXO 03: ENCUESTAS



La presente Encuesta es parte de un Trabajo de Investigación denominado:

*“LA GESTIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN RELACIÓN A LOS ESTABLECIMIENTOS DE COMIDA AMBULATORIA PARTICIPANTES DEL CONCURSO “CEVICHE CON SENTIMIENTO, 2014”.*

Se busca conocer cuál es su opinión sobre aspectos que afectan la Comercialización y el consumo de alimentos, para formular alternativas de solución que beneficien al público consumidor.

**¡Por lo cual su opinión es muy valiosa e importante!**

**ENCUESTA DIRIGIDA AL PÚBLICO CONSUMIDOR**

ESTABLECIMIENTO: \_\_\_\_\_

I. DATOS INFORMATIVOS:

EDAD:

SEXO: Hombre  Mujer

Ocupación: \_\_\_\_\_

Grado de instrucción: \_\_\_\_\_

*Marque con una x una respuesta que considere adecuada, de acuerdo a la siguiente escala de valoración:*

| Nunca                    | Casi nunca    | A veces                     | Casi siempre | Siempre               |
|--------------------------|---------------|-----------------------------|--------------|-----------------------|
| 1                        | 2             | 3                           | 4            | 5                     |
| Totalmente en desacuerdo | En desacuerdo | Ni de acuerdo ni desacuerdo | De acuerdo   | Totalmente de acuerdo |



1. Sobre el puesto de comida:

| N° | Ítems   | 1     | 2          | 3       | 4            | 5       |
|----|---|-------|------------|---------|--------------|---------|
|    |   | Nunca | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| 1. | El puesto de comida está siempre limpio   |       |            |         |              |         |
| 2. | En el puesto de comida lo atienden con cortesía y la amabilidad.                            |       |            |         |              |         |
| 3. | La atención es rápida.  |       |            |         |              |         |
| 4. | Este puesto de comida tiene funcionando mucho tiempo.                                       |       |            |         |              |         |
| 5. | El puesto de comida tiene tachos de basura con tapa.  |       |            |         |              |         |
| 6. | Hay moscas en el puesto de comida   |       |            |         |              |         |
| 7. | Prefiero comer aquí porque el precio es económico.  |       |            |         |              |         |
| 8. | Prefiero comer aquí, porque la comida tiene buen sabor                                      |       |            |         |              |         |
| 9. | Prefiero comer aquí, porque el dueño participa en el concurso organizado por Gastón Acurio. |       |            |         |              |         |

2. Sobre la manipulación de alimentos en este puesto de comida:

| N°  | Ítems  | 1     | 2          | 3       | 4            | 5       |
|-----|--|-------|------------|---------|--------------|---------|
|     |  | Nunca | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| 10. | Conoce usted si los alimentos tienen un control sanitario  |       |            |         |              |         |
| 11. | Alguna vez en un plato de ceviche u otro plato encontró un cabello, insecto u otra cosa.           |       |            |         |              |         |
| 12. | Alguna vez sufrió de una infección o intoxicación después de consumir comida ambulatoria.          |       |            |         |              |         |
| 13. | Para servir la comida utilizan siempre platos descartables.  |       |            |         |              |         |
| 14. | Las bebidas se sirven en vasos descartables.   |       |            |         |              |         |
| 15. | Las ollas están siempre tapadas.   |       |            |         |              |         |
| 16. | Los ingredientes como el choclo, cancha, camotes, etc. se encuentran guardados en envases con tapa |       |            |         |              |         |

3. Sobre sus preferencias en cuanto a la comida ambulatoria :

| N°  | Ítems  | 1     | 2          | 3       | 4            | 5       |
|-----|--|-------|------------|---------|--------------|---------|
|     |  | Nunca | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| 17. | Consume alimentos en puestos ambulatorios  |       |            |         |              |         |
| 18. | La comida ambulatoria tiene aceptación por su bajo precio                            |       |            |         |              |         |
| 19. | Viene a comer en familia a este puesto de comida                                     |       |            |         |              |         |
| 20. | Consume alimentos en puestos ambulantes en los desfiles, fiestas costumbristas, etc. |       |            |         |              |         |

**Muchas Gracias**

**Roger Siclla Rodríguez**

*Maestría en Ciencias Gastronómicas*

*Universidad San Martín de Porres*



U N I V E R S I D A D D E  
**SAN MARTIN DE PORRES**

La presente Encuesta es parte de un Trabajo de Investigación denominado:

*“LA GESTIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN RELACIÓN A LOS ESTABLECIMIENTOS DE COMIDA AMBULATORIA PARTICIPANTES DEL CONCURSO “CEVICHE CON SENTIMIENTO, 2014”.*

Se busca conocer cuál es su opinión sobre aspectos que afectan la Comercialización y el consumo de alimentos, para formular alternativas de solución que beneficien al público consumidor.

**¡Por lo cual su opinión es muy valiosa e importante!**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DUEÑOS DE LOS PUESTO DE COMIDA PARTICIPANTES DEL CONCURSO “CEVICHE CON SENTIMIENTO”**

ESTABLECIMIENTO: \_\_\_\_\_

I. DATOS INFORMATIVOS:

EDAD:

SEXO: Hombre  Mujer

Ocupación: \_\_\_\_\_

Grado de instrucción: \_\_\_\_\_

*Marque con una x una respuesta que considere adecuada, de acuerdo a la siguiente escala de valoración:*

| Nunca                    | Casi nunca    | A veces                     | Casi siempre | Siempre               |
|--------------------------|---------------|-----------------------------|--------------|-----------------------|
| 1                        | 2             | 3                           | 4            | 5                     |
| Totalmente en desacuerdo | En desacuerdo | Ni de acuerdo ni desacuerdo | De acuerdo   | Totalmente de acuerdo |

| N°  | Ítems  | 1     | 2          | 3       | 4            | 5       |
|-----|--|-------|------------|---------|--------------|---------|
|     |  | Nunca | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| 1.  | Cantidad de clientes de lunes a viernes  |       |            |         |              |         |
| 2.  | Cantidad de clientes fines de semana   |       |            |         |              |         |
| 3.  | El establecimiento está organizado entre dueños y empleados  |       |            |         |              |         |
| 4.  | Hay un ambiente de cordialidad entre los trabajadores del puesto de comida.                          |       |            |         |              |         |
| 5.  | Los alimentos se compran en lugares saludables   |       |            |         |              |         |
| 6.  | Cuentan con un almacenamiento para los alimentos   |       |            |         |              |         |
| 7.  | Utilizan el mismo cuchillo para cortar carnes como el pescado y vegetales como limón o cebolla, etc. |       |            |         |              |         |
| 8.  | Los trabajadores del puesto de comida tienen carnet de sanidad.                                      |       |            |         |              |         |
| 9.  | Sus utensilios e implementos de cocina se encuentran en buen estado                                  |       |            |         |              |         |
| 10. | Tienen todo listo con anticipación para la preparación de los alimentos.                             |       |            |         |              |         |
| 11. | Para tomar un pedido lo anotan en una libreta.   |       |            |         |              |         |
| 12. | Este puesto de comida tiene permiso municipal  |       |            |         |              |         |
| 13. | El lugar donde está ubicado su negocio es adecuado.  |       |            |         |              |         |
| 14. | El puesto de comida tiene equipado un depósito para tener agua corrida                               |       |            |         |              |         |
| 15. | Cuenta con envases que permiten tener el pescado conservado a una temperatura adecuada               |       |            |         |              |         |
| 16. | Trabaja en este establecimiento porque aprendió el negocio de sus padres                             |       |            |         |              |         |

***Muchas Gracias***

***Roger Siclla Rodríguez***

*Maestría en Ciencias Gastronómicas*

*Universidad San Martín de Porres*



## VALIDEZ DE CONTENIDO DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS

### DOCUMENTOS QUE SE DEBE PRESENTARSE AL EXPERTO:

1. Solicitud
2. Informe de validación del instrumento.
3. Matriz de consistencia.
4. Operacionalización de las variables.
5. Cuestionario (s).



SOLICITO: Validación de instrumento de investigación.

(Doctor o magíster)

Yo, Roger Isafas Siclla Rodríguez candidato(a) a maestro de la escuela de Turismo y Gastronomía de la Universidad de San Martín de Porres, me dirijo respetuosamente para expresarle lo siguiente:

Que siendo necesario contar con la validación de los instrumentos para recolectar datos que me permitan contrastar las hipótesis propuestas en mi trabajo de investigación para la tesis titulada: "LA GESTIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN RELACIÓN A LOS ESTABLECIMIENTOS DE COMIDA AMBULATORIA PARTICIPANTES DEL CONCURSO "CEVICHE CON SENTIMIENTO", 2014.

Solicito a Ud. tenga a bien validar como juez experto en el tema, para ello acompaño los documentos siguientes:

1. Conceptualización de las variables e indicadores
2. Informe de validación del instrumento.
3. Matriz de consistencia.
4. Operacionalización de las variables.
5. Cuestionarios.

Le agradezco anticipadamente por la atención a la presente solicitud.

Atentamente,

Lima, 06 de Junio de 2015

## CONCEPTUALIZACIÓN DE DIMENSIÓN LAS VARIABLES

### **GESTIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS:**

Una adecuada Gestión de Alimentos y Bebidas se relaciona con todo lo que corresponde al mundo de la Restauración, desde la adquisición de los ingredientes con los que se van a preparar los potajes, hasta su adecuada comercialización, es decir todo el proceso que se realiza para que cada uno de los que disfrutamos de una buena mesa, nos encontremos bien atendidos y sobre todo disfrutemos al comer, lograr la satisfacción de los clientes es la principal misión que se debe tener en cuenta en la Gestión de Alimentos y Bebidas

Por ello el cliente de los próximos años va a tener un mayor conocimiento de lo que se ofrece y esto le va a permitir elegir y seleccionar aquello que más le convenga en función de sus motivaciones, deseos, expectativas, tratando de obtener por su dinero el mayor valor posible. (Felipe, 2001, p.31)

### **La Restauración:**

Hoy en día el término restauración está relacionado a las actividades de fabricación, transformación y las ventas de comida y bebidas, la cual tiene mucha aceptación en estos tiempos. Por ello la restauración puede ser definida como “La actividad que se dedica a la prestación de servicios de comidas y bebidas”. (García, García y Gil, 2007 p. 2)

### **Saneamiento en la manipulación de alimentos:**

Según MINCETUR (2008) “Son procedimientos operativos estandarizados que describen las tareas de saneamiento como la limpieza y desinfección. Se aplican antes, durante y después de las operaciones de elaboración de los alimentos”. (p.73).

### **Equipamiento:**

Los equipos de trabajo nos van a ayudar a dar respuesta a los numerosos riesgos y peligros a los que podemos enfrentarnos, siempre y cuando los utilicemos de manera adecuada, y cuando hablamos de equipos, siempre nos referimos a aquellos elementos que nos van a permitir mantener unas temperaturas adecuadas en frío o en calor, para evitar o minimizar esos riesgos alimentarios. (Felipe y Felipe, 2004, p. 249)

## **ESTABLECIMIENTOS DE COMIDA AMBULATORIA:**

El comercio ambulatorio agrupa un sinnúmero de personas o agentes de venta que pueden ser tipificados de diversas maneras: a partir de su movimiento, el monto del capital que manejan, el mobiliario que utilizan, la cantidad de gente que emplean y los tributos que pagan. De esta manera se les puede clasificar en ambulante informal, itinerante y permanente y el ambulante formal. (Macera y Tacumán, 2014, p.35)

Esta forma de comercio tiene su razón de ser en dos elementos concretos: porque el comerciante no cuenta con mayor capital y por la inseguridad en la que se maneja, la misma que no le permite innovar, diversificar sus productos, ni ampliar su negocio.

### **El Comercio Informal:**

A medida que la ciudad fue llenándose de gente y su espacio urbano se fue informalizando, otras actividades económicas comenzaron a sufrir una evolución equivalente. Una de ellas fue el comercio, que empezó a ser realizado masivamente al margen y hasta en contra de las normas estatales nominalmente encargadas de regularlo. Surgió, así, el comercio informal, bajo la denominación común de comercio ambulatorio y en mercados construidos específicamente para salir de las mismas. (De Soto, 1987, p.63)

### **Las Tecnologías apropiadas para la venta de alimentos ambulatorios:**

Palomino Huamán señala que “Las tecnologías apropiadas para la comercialización de alimentos son todas aquellas que incluyen prioridades establecidas incluyendo la dotación de agua segura con grifos para agua corrida y almacenamiento de aguas residuales, de la misma manera escurridores para vajillas, secadores y recipientes para la recolección de basura con tapa a báscula, la cual puede ser abierta por acción del pie y para la cocción de los alimentos el uso de las cocinas de gas”. (FAO, 2011)

### **Las Costumbres populares relacionadas con la cocina peruana:**

El Chef Ferrán Adriá propietario del restaurante *El Bullí* en España artista de la cocina, reconocido como uno de los mejores cocineros del mundo señala: “Sé que la cocina peruana tienen mucha tradición y una gran variedad de productos que seguramente, muchos me lo han dicho, me dejaría sorprendido. Son muchos los frutos, como los amazónicos, que se están incorporando a su cocina. Esto se proyecta como



una verdadera revolución, lo que para ustedes es tradicional para nosotros puede ser moderno, como el ceviche, por ejemplo: La combinación de sabores dulces, salados y ácidos es también algo diferente. Eso la hace una cocina muy personal, con mucha tradición pero que también acepta el cambio, creo que la peruana es una de las cocinas que dará mucho que hablar próximamente y es una cuenta pendiente para mí” (PROM PERÚ, 2011, p.11)

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del validador: .....
- 1.2. Grado Académico: .....
- 1.3. Institución donde labora: .....
- 1.4. Especialidad del validador: .....
- 1.5. Título de la investigación: “LA GESTIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN RELACIÓN A LOS ESTABLECIMIENTOS DE COMIDA AMBULATORIA PARTICIPANTES DEL CONCURSO “CEVICHE CON SENTIMIENTO, 2014.”
- 1.6. Autor del Instrumento: Roger Isaías Siclla Rodríguez
- 1.7. Validación del Instrumento

### PERTINENCIA DE LOS ITEMS

#### INSTRUMENTO PARA LOS CONSUMIDORES DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE COMIDA AMBULATORIA PARTICIPANTES DEL CONCURSO “CEVICHE CON SENTIMIENTO 2014”

#### VARIABLE GESTIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

| Ítem   | Escala   | 0- 25%       | 26-50%                     | 51-75%                     | 76-100%      | Observaciones |
|--|--|--------------|----------------------------|----------------------------|--------------|---------------|
|  |  | No pertenece | Probablemente no pertenece | Probablemente si pertenece | Si pertenece |               |
| <b>SANEAMIENTO EN LA MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS</b> |  |              |                            |                            |              |               |
| 1.   | Alguna vez en un plato de ceviche u otro plato encontró un cabello, insecto u otra cosa. |              |                            |                            |              |               |
| 2.   | Alguna vez sufrió de una infección o intoxicación  |              |                            |                            |              |               |

|   |  |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|--|
| después de consumir comida ambulatoria.   |  |  |  |  |  |
| 3. El puesto de comida está siempre limpio  |  |  |  |  |  |
| 4. Conoce usted si los alimentos tienen un control sanitario.   |  |  |  |  |  |
| <b>EQUIPAMIENTO</b>   |  |  |  |  |  |
| 5. Para servir la comida utilizan siempre platos descartables.  |  |  |  |  |  |
| 6. Las bebidas se sirven en vasos descartables.   |  |  |  |  |  |
| 7. Las ollas están siempre tapadas  |  |  |  |  |  |
| 8. Los ingredientes como el choclo, cancha, camotes, etc. se encuentran guardados en envases con tapa |  |  |  |  |  |
| <b>RESTAURACIÓN</b>   |  |  |  |  |  |
| 9. En el puesto de comida lo atienden con cortesía y amabilidad                                       |  |  |  |  |  |
| 10. La atención es rápida.  |  |  |  |  |  |

#### VARIABLE ESTABLECIMIENTOS DE COMIDA AMBULATORIA

| Ítem   | Escala | 0- 25%<br>No pertenece | 26-50%<br>Probablemente no pertenece | 51-75%<br>Probablemente si pertenece | 76-100%<br>Si pertenece | Observaciones |
|--|--------|------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------|---------------|
| <b>EL COMERCIO INFORMAL</b>  |        |                        |                                      |                                      |                         |               |
| 1. Compra alimentos que venden en la vía pública   |        |                        |                                      |                                      |                         |               |
| 2. Prefiero comer aquí porque el precio es económico.  |        |                        |                                      |                                      |                         |               |
| 3. Prefiero comer aquí, porque la comida tiene buen sabor                                      |        |                        |                                      |                                      |                         |               |
| 4. Este puesto de comida tiene funcionando mucho tiempo.                                       |        |                        |                                      |                                      |                         |               |
| 5. Prefiero comer aquí, porque el dueño participa en el concurso organizado por Gastón Acurio. |        |                        |                                      |                                      |                         |               |
| <b>LAS TECNOLOGÍAS APROPIADAS PARA LA VENTA DE ALIMENTOS AMBULATORIOS</b>                      |        |                        |                                      |                                      |                         |               |
| 3. El puesto de comida tiene tachos de basura con tapa.  |        |                        |                                      |                                      |                         |               |
| 4. Hay moscas en el puesto de comida   |        |                        |                                      |                                      |                         |               |

| LAS COSTUMBRES POPULARES RELACIONADAS CON LA COCINA PERUANA                             |  |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|--|
| 5. Viene a comer en familia a este puesto de comida                                     |  |  |  |  |  |
| 6. Consume alimentos en puestos ambulantes en los desfiles, fiestas costumbristas, etc. |  |  |  |  |  |

PROMEDIO DE VALORACIÓN: .....%

### PERTINENCIA DE LOS ITEMS

## INSTRUMENTO PARA LOS DUEÑOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE COMIDA AMBULATORIA PARTICIPANTES DEL CONCURSO "CEVICHE CON SENTIMIENTO 2014"

### VARIABLE GESTIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

| Ítem  | Escala | 0- 25%<br>No pertenece | 26-50%<br>Probablemente no pertenece | 51-75%<br>Probablemente si pertenece | 76-100%<br>Si pertenece | Observaciones |
|---|--------|------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------|---------------|
| <b>RESTAURACIÓN</b>   |        |                        |                                      |                                      |                         |               |
| 1. Cantidad de clientes de lunes a viernes  |        |                        |                                      |                                      |                         |               |
| 2. Cantidad de clientes fines de semana   |        |                        |                                      |                                      |                         |               |
| 3. El establecimiento está organizado entre dueños y empleados  |        |                        |                                      |                                      |                         |               |
| 4. Hay un ambiente de cordialidad entre los trabajadores del puesto de comida.                          |        |                        |                                      |                                      |                         |               |
| <b>SANEAMIENTO EN LA MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>  |        |                        |                                      |                                      |                         |               |
| 5. Los alimentos se compran en lugares saludables   |        |                        |                                      |                                      |                         |               |
| 6. Cuentan con un almacenamiento para los alimentos   |        |                        |                                      |                                      |                         |               |
| 7. Utilizan el mismo cuchillo para cortar carnes como el pescado y vegetales como limón o cebolla, etc. |        |                        |                                      |                                      |                         |               |
| 8. Los trabajadores del puesto de comida tienen carnet de sanidad.                                      |        |                        |                                      |                                      |                         |               |

|  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|
| 9. Sus utensilios e implementos de cocina se encuentran en buen estado |  |  |  |  |  |
| 10. Para tomar un pedido lo anotan en una libreta.                     |  |  |  |  |  |

**VARIABLE ESTABLECIMIENTOS DE COMIDA AMBULATORIA**

| Ítem   | Escala | 0- 25%<br>No pertenece | 26-50%<br>Probablemente no pertenece | 51-75%<br>Probablemente si pertenece | 76-100%<br>Si pertenece | Observaciones |
|--|--------|------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------|---------------|
| <b>EL COMERCIO INFORMAL</b>  |        |                        |                                      |                                      |                         |               |
| 11. Este puesto de comida tiene permiso municipal  |        |                        |                                      |                                      |                         |               |
| 12. El lugar donde está ubicado su negocio es adecuado.                                    |        |                        |                                      |                                      |                         |               |
| <b>LAS TECNOLOGÍAS APROPIADAS PARA LA VENTA DE ALIMENTOS AMBULATORIOS</b>                  |        |                        |                                      |                                      |                         |               |
| 13. El puesto de comida tiene equipado un depósito para tener agua corrida                 |        |                        |                                      |                                      |                         |               |
| 14. Cuenta con envases que permiten tener el pescado conservado a una temperatura adecuada |        |                        |                                      |                                      |                         |               |
| <b>LAS COSTUMBRES POPULARES RELACIONADAS CON LA COCINA PERUANA</b>                         |        |                        |                                      |                                      |                         |               |
| 15. Trabaja en este establecimiento porque aprendió el negocio de sus padres               |        |                        |                                      |                                      |                         |               |

**PROMEDIO DE VALORACIÓN: .....%**

**1.8. ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO**

| INDICADORES               | CRITERIOS  | Deficiente<br>00-20% | Regular<br>21-40% | Buena<br>41-60% | Muy Buena<br>61-80% | Excelente<br>81-100% |
|---------------------------|--|----------------------|-------------------|-----------------|---------------------|----------------------|
| <b>1. CLARIDAD</b>        | Está formulado con lenguaje apropiado y específico.                |                      |                   |                 |                     |                      |
| <b>2. OBJETIVIDAD</b>     | Está expresado en conductas observables.                           |                      |                   |                 |                     |                      |
| <b>3. ACTUALIDAD</b>      | Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.                  |                      |                   |                 |                     |                      |
| <b>4. SUFICIENCIA</b>     | Comprende los aspectos en cantidad y calidad                       |                      |                   |                 |                     |                      |
| <b>5. INTENCIONALIDAD</b> | Adecuado para valorar aspectos de las estrategias                  |                      |                   |                 |                     |                      |
| <b>6. CONSISTENCIA</b>    | Basado en aspectos teórico-científicos                             |                      |                   |                 |                     |                      |
| <b>7. COHERENCIA</b>      | Entre los índices, indicadores y las dimensiones.                  |                      |                   |                 |                     |                      |
| <b>8. METODOLOGÍA</b>     | La estrategia responde al propósito del diagnóstico                |                      |                   |                 |                     |                      |
| <b>9. PERTINENCIA</b>     | El instrumento es funcional para el propósito de la investigación. |                      |                   |                 |                     |                      |

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- ( ) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
- ( ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha.....

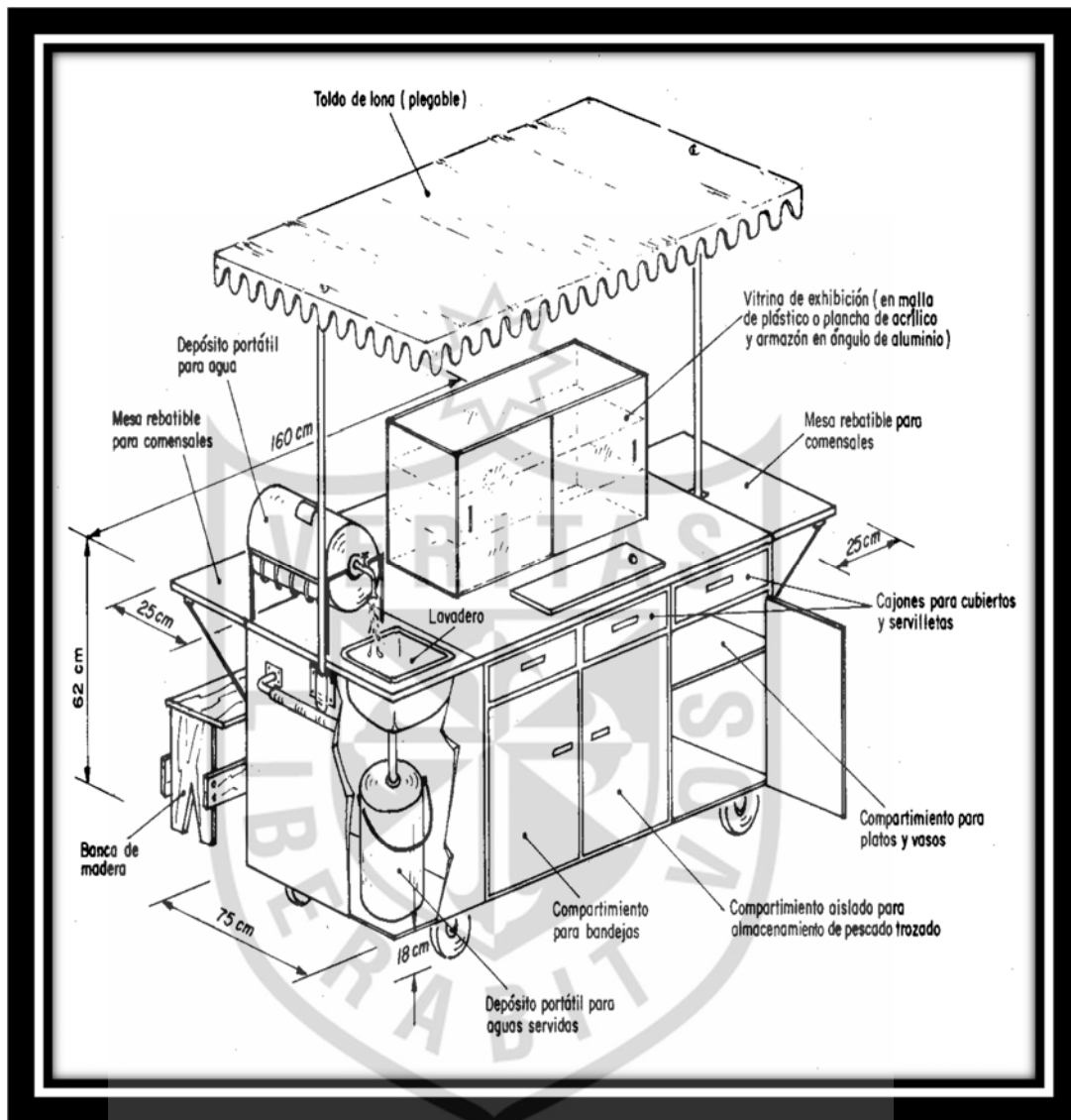
\_\_\_\_\_  
Firma del Experto Informante.

DNI. N°.....

Teléfono N°.....

## ANEXO 5: MODELO MEJORADO TIPO MUEBLE PARA VENTA

### CALLEJERA DE CEVICHES



**Figura 22**

Modelo Mejorado Tipo Mueble Para Venta Callejera de Ceviches



**Figura 23**

Ronald Abad vendedor de ceviche de carretilla, cuyo puesto de comida no cuenta con equipamiento adecuado. (Ganador del Concurso "Ceviche con Sentimiento 2014)



**Figura 24**

El pescado no se encuentra refrigerado, con una temperatura adecuada, por lo cual está expuesto a la reproducción de bacterias.



# PLAN DE NEGOCIO

## BARRA CEVICHERA



Elaborado por: Gestión e Inversión Social S.A.C.  
Enero 2015



## RESUMEN EJECUTIVO

El presente Plan de Negocio se ha elaborado con el objetivo de mostrar una oportunidad de inversión altamente rentable, poniendo en valor el talento de muchos cevicheros emprendedores pero que actualmente son informales, sin embargo, podrían convertirse en grandes empresarios. Esta oportunidad de negocio consiste en implementar una **“BARRA CEVICHERA”**, cuyo giro principal es preparar y vender platos de ceviche al paso, brindando a los clientes la comodidad necesaria para su consumo.

La barra cevichera se ha diseñado pensando en las personas que buscan como opción el consumo de comida marina, destacando su producto principal “el ceviche”, exquisito plato, producto de una excelente mezcla de ingredientes acompañado de un servicio rápido y de calidad. El ceviche, declarado formalmente Patrimonio Cultural de la nación, es considerado parte de la identidad nacional de los peruanos.

Los elementos claves de éxito del negocio son:

- El tipo y calidad del producto.
- Diseño e infraestructura adecuados.
- Claro proceso de preparación, que permita mantener una correcta higiene, mostrando un aspecto inocuo y pulcro.
- Personal de excelente trato, con experiencia en restaurantes o centros de abastecimiento y/o preparación de comidas marinas.
- Ubicación ideal, céntrica, conocida, con tránsito fluido de personas, de fácil acceso y cercano a oficinas y zonas comerciales.
- Uso de las redes sociales twitter, youtube y facebook como principales medios de difusión, que permitan dar a conocer el negocio.
- Capacitaciones periódicas en temas relacionados con el ámbito del negocio que promuevan la formalidad y la sostenibilidad del negocio.

Estos aspectos requerirán una atención personalizada a cargo del talentoso y dedicado cevichero, principal actor y futuro empresario exitoso.

La inversión total requerida para la implementación de la barra cevichera es de S/. 81 475.00 (ochenta y un mil cuatrocientos setenta y cinco y 00/100 nuevos soles), que incluye el pago de alquiler (garantía y mensualidad), adecuación del local, equipamiento, utensilios y capital de trabajo previsto para el inicio de las operaciones. La inversión realizada se recuperaría en 0.8 años y se esperan un nivel de ventas de S/. 563,018 (quinientos sesenta tres mil dieciocho y 00/100 nuevos soles) al año.

En el presente plan de negocio mostramos la rentabilidad proyectada en diversos escenarios, considerando la participación del inversionista o grupo de inversionistas con 70, 80 ó 90% del monto total que requiere el proyecto:

| Relación de Inversión<br>(Cevichero:<br>Inversionista(s)) | TIR<br>ECONÓMICA<br>(%) | VAN<br>ECONÓMICO<br>(nuevos<br>soles) | TIR<br>FINANCIERA<br>(%) |
|---|-------------------------|---------------------------------------|--------------------------|
| (10:90)   | 123.90                  | 96,055                                | 191.18                   |
| (20:80)   | 111.20                  | 83,315                                | 171.49                   |
| (30:70)   | 98.37                   | 70,575                                | 151.68                   |

Durante la simulación de escenarios consideramos dos variaciones importantes, que de igual modo concluyen en una TIR favorable para el proyecto.

**Variaciones de la demanda.** Como base de los cálculos optimistas se ha considerado una demanda constante de enero a abril que muestra una venta de 150 unidades por día en promedio y de mayo en adelante una reducción de la misma de 20%, equivalente a 120 unidades. Con el objetivo de medir el impacto en los resultados de los principales indicadores financieros, contemplamos reducciones de la demanda del 7% y 13%, equivalentes a 10 y 20 unidades respectivamente.

| <b>Variación de demanda</b> | <b>130</b>  | <b>140</b>  | <b>150</b>  |
|-----------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Van económico               | S/. 195,963 | S/. 242,419 | S/.288,875  |
| Van financiero              | S/. 214,520 | S/. 264,422 | S/. 314,325 |
| TIR económica               | 100.39%     | 118.56%     | 136.51%     |

**Variaciones de los costos variables.** El costo variable del proyecto representa el 46% de las ventas. Los principales indicadores financieros se muestran favorables hasta alcanzar una razón del costo variable del 55%.

| <b>Razón del costo variable</b> | <b>46%</b>  | <b>50%</b>  | <b>55%</b> |
|---------------------------------|-------------|-------------|------------|
| TIR económica                   | 136.51%     | 116.55%     | 91.19%     |
| VAN económico                   | S/. 295,977 | S/. 237,258 | S/.172,736 |
| TIR financiera                  | 215.27%     | 178.16%     | 137.00%    |
| VAN financiero                  | S/. 321,954 | S/.258,878  | S/.189,568 |

Los resultados de esta evaluación, nos muestran un proyecto rentable, sostenible, moderno e innovador que combina la visión de un inversionista que está seguro del éxito de esta idea de negocio y el talento de un joven cevichero emprendedor.

## **BARRA CEVICHERA**

### **1. Antecedentes**

En el año 2013 la tasa de Actividad Emprendedora en el Perú fue de 23.4% según la GEM (Global Entrepreneurship Monitor), la más importante red mundial para la investigación y el emprendimiento. Cabe mencionar que la GEM mide la iniciativa emprendedora en todo el mundo a través de una encuesta anual, en la edición 2013 participaron más de 197.000 personas y aproximadamente 3,800 expertos en emprendimiento de 70 economías que representan a todas las regiones globales del mundo.

En el Perú se desarrollan programas con el objetivo de promover el surgimiento y consolidación de nuevas empresas que ofrezcan productos y servicios innovadores, con alto contenido tecnológico, de proyección a mercados internacionales y que impliquen la generación de empleos de calidad. El Ministerio de la Producción (PRODUCE) lidera el programa denominado STARTUP PERÚ, el cual tiene tres líneas de acción (concursos):

- Emprendedores Innovadores
- Emprendimientos Dinámicos y de Alto Impacto
- Fortalecimiento de Incubadoras de Negocios

A su vez, el Ministerio de la Producción mediante el programa “A comer pescado” se planteó en el año 2012 la meta de incrementar de manera progresiva el consumo per cápita de pescado, de 22 a 40 kilogramos hasta el año 2016, por su alto valor alimenticio. De ésta manera, se siguen promovieron campañas de diferentes formas de consumo de pescado en distintas zonas del país<sup>1</sup>, entre las que destaca el ceviche. El ceviche de pescado en el Perú es un producto considerado patrimonio nacional<sup>2</sup>. Es un plato típico de fácil y rápida preparación, consumido de manera frecuente, especialmente en los departamentos de la costa peruana.

Bajo esa premisa, la alianza Gastón Acurio & Telefónica “Juntos para transformar”, en su línea de emprendimiento promovió en el 2013 el programa concurso “Ceviche con Sentimiento”. La alianza tuvo como ganador al joven emprendedor Ronald Abad Huaman, quien se hizo acreedor a una barra cevichera totalmente implementada, en el distrito de Lince en Lima. De esta manera, la “Barra Cevichera” se ha convertido en un claro modelo de negocio para otros jóvenes emprendedores.

---

<sup>1</sup> <http://elcomercio.pe/gastronomia/peruana/consumo-per-capita-pescado-peru-se-incrementara-22-40-kilos-noticia><http://elcomercio.pe/gastronomia/peruana/consumo-per-capita-pescado-peru-se-incrementara-22-40-kilos-noticia-1355773>1355773

<sup>2</sup> Resolución Ministerial N° 708-2008-PRODUCE

## **2. Descripción del negocio**

La “barra cevichera” tiene como giro y propósito la elaboración y venta de platos de ceviche al paso, servicio innovador y de calidad, en un espacio cómodo para su consumo. El objetivo de la barra se basa en ofrecerle al cliente una alternativa rápida para almorzar, eficiente, de calidad y buen gusto, enfocada sobre una estrategia que considera al cliente como único, ofreciéndole a cada comensal la preparación del ceviche a su gusto, preparado de manera inmediata por el talentoso chef.

La barra propone una variable preponderante que es la alta rotación, al tratarse de un producto de rápida y fácil preparación, así como de consumo. La alta rotación genera un incremento en el nivel de ventas y por ende un incremento de los beneficios de los inversionistas.

### **2.1. Recursos y elementos claves**

Los elementos claves que asegurarán el éxito de la barra cevichera se pueden resumir en lo siguiente: **a.** Tipo y calidad del producto

**b.** Infraestructura y diseño acorde con el tipo de negocio (restaurantes), lo que considera aspectos de:

- a. Espacio acondicionado para el flujo del proceso de elaboración del ceviche, como para el flujo de atención de los comensales, el manejo de residuos y las medidas de seguridad requeridas.
- b. Buen estado de las instalaciones, paredes, sistema de agua y desagüe.
- c. Correcta iluminación.
- d. Equipamiento adecuado a los requerimientos del espacio y del tipo de negocio, la barra está conformada por una cocina industrial, dos mesas refrigeradas, un ducto extractor,

mobiliario de cocina y utensilios. El equipamiento en general es de acero inoxidable.

- c. Personal con experiencia en restaurantes o centros de abastecimiento, preparación de comidas marinas y excelente trato.
- d. Atención personalizada, el cevichero interactúa con el comensal y le ofrece un producto a la medida de su necesidad.
- e. Uso de las redes sociales twitter, Facebook y youtube como medios de difusión. Los peruanos interactúan en redes sociales 7.8 horas al mes, de esta manera se convierte en un elemento clave para conocer y dar a conocer el negocio.
- f. Ubicación ideal, céntrica, conocida, con tránsito fluido, de fácil acceso y cercano a empresas y a zonas comerciales.
- g. Capacitaciones periódicas en temas relacionados con el ámbito del negocio que promuevan la formalidad y la sostenibilidad del negocio:
  - a. Buenas prácticas de manipulación y almacenamiento de productos alimenticios.
  - b. Limpieza, salubridad e higiene
  - c. Gestión empresarial, administrativa y tributaria
  - d. Atención al cliente
  - e. Otros,

## 2.2. Visión

“Ser reconocido como un lugar innovador de comida marina con atención personalizada, rápida y de calidad”.

## 2.3. Misión

“Ofrecer a nuestros clientes una alternativa de comida marina fresca, exquisita, rápida y de calidad, destacando al ceviche como producto bandera”.

### 3. Estimación de la Demanda

Lima, capital del Perú, se presenta como un mercado potencial para empezar a operar, ya que se considera una ciudad cevichera que alberga a más de 10 millones de habitantes (el 40% de los restaurantes de la ciudad son cevicherías). Una ventaja importante que tiene Lima es la disponibilidad de pescado fresco por la cercanía a los dos mercados mayoristas de productos marinos más grandes del país, el Terminal Pesquero de Villa María al sur y el Terminal Pesquero de Ventanilla al norte.

Las ventas se han proyectado en 150 unidades de ceviche al día entre los meses de enero a abril, a partir del quinto mes se considera una disminución en la demanda mensual de 20%, manteniéndola constante durante los 8 meses siguientes (120 unidades por día). Durante los primeros meses del año la demanda de ceviche es mayor por un incremento en la oferta del insumo principal, el pescado y la coincidente temporada de verano.

La proyección de ventas en unidades está expresada en el cuadro Nro. 1 y considera seis días de atención durante la semana, lo que equivale a 2,253 platos al mes en promedio.

*Cuadro Nro. 1: Proyección de ventas mensuales (unidades)*

|                           | Ene - Abr | May - Dic |
|---------------------------|-----------|-----------|
| Clientes diarios promedio | 150       | 120       |
| Días                      | 26        | 26        |
| Total unidades de ceviche | 3,900     | 3,120     |

*Elaboración propia*

## 4. Competencia

### 4.1. Tipo de oferta y rango de precios

Actualmente, la oferta de ceviche en Lima está distribuida en tres grupos: carretillas, puestos de mercado y principalmente restaurantes. En las carretillas el precio por plato oscila entre S/. 3 y S/. 7, en los puestos de mercado entre S/. 6 y S/. 12, mientras que en los restaurantes oscila entre S/. 15 y S/. 40, dependiendo de la zona donde se encuentre ubicado el local y de la infraestructura que posee.

La barra cevichera se presenta como un nuevo concepto que brinda la atención similar a la de un restaurante, brinda una atención rápida y es de alta rotación. Esta novedosa combinación propone un precio de 15 soles por plato, valor que permitiría la concurrencia de comensales de distintos niveles socioeconómicos.

### 4.2. Competidores

*Competidores directos*, restaurantes que ofrecen comida cuya característica es la atención rápida y que a su vez ofrecen comida marina. En el distrito de Surquillo (Dirección: Av. Angamos # 886 ), encontramos el restaurante **al Toke Pez** con las características similares al de una barra.

*Competidores indirectos*, restaurantes que ofrecen la comida en la categoría de menú cuyo precio oscila entre S/.10 y S/.15 soles, en este caso los comensales encuentran en Lima una amplia oferta.



## **5. Constitución y estructura organizacional de la empresa**

### 5.1. Constitución de la empresa

La organización propuesta para el negocio puede constituir distintos escenarios de constitución:

- El primer modelo considera un inversionista bajo el régimen de E.I.R.L (Empresa Individual de Responsabilidad Limitada), que decide apoyar a un cevichero informal, convirtiéndolo en un pequeño empresario dispuesto a cumplir la normativa legal vigente.
- El segundo escenario propone una participación de 2 o más inversionistas (hasta un máximo de 20 socios) que constituirían una empresa bajo el régimen S.A.C. (Sociedad Anónima Cerrada).

En su primer año de operaciones, el negocio se registraría bajo la modalidad de pequeña empresa, que según la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, conocida como Ley Mype permite ventas anuales hasta 1700 UIT<sup>3</sup> y un número máximo de 100 trabajadores.

### 5.2. Estructura organizacional de la empresa

El modelo de negocio considera 6 trabajadores como estructura organizacional. Describe los siguientes puestos:

- Un (1) Jefe de Cocina: Encargado de administrar el negocio, gestionar las compras y en general controla que el servicio este de acuerdo a lo establecido. Está presente durante la elaboración del producto.
- Un (1) Cocinero: Encargado de asistir durante la elaboración del producto y de dirigir a los ayudantes en la preparación de los insumos. Prepara el plato final a los comensales.

---

<sup>3</sup> <http://elcomercio.pe/gastronomia/peruana/consumo-per-capita-pescado-peru-se-incrementara-22-40-kilos-noticia><http://elcomercio.pe/gastronomia/peruana/consumo-per-capita-pescado-peru-se-incrementara-22-40-kilos-noticia-1355773>1355773

- Cuatro (4) Ayudantes:
  - o Un (1) personal encargado de la caja. o Un (1) personal que realiza la limpieza permanente de platos y demás utensilios.
  - o Un (1) personal encargado de alistar el plato con los insumos.
  - o Un (1) personal encargado de la atención al cliente.

Debido a que en una primera etapa, la empresa se acogería a la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, conocida como Ley Mype, el gasto total del personal se reduce al 50% en lo correspondiente a las gratificaciones anuales y a la compensación por tiempo de servicios. Otros costos de personal que debe asumir la empresa son Asignación familiar, Essalud y Bono de Ley, según se muestra en el cuadro Nro. 2.

## **6. Plan de Marketing**

### 6.1. Segmentación de mercado

Este modelo de negocio está diseñado para personas que se encuentren laborando, cuyas edades fluctúen entre 20 y 45 años de edad, con ingresos superiores a S/. 1,800.00 nuevos soles, así como también personas que persiguen una alimentación sana que incluya el consumo de pescado una vez por semana o más.

### 6.2. Marketing Mix

Para el marketing Mix se ha pensado que la organización debe mantener las siguientes líneas de acuerdo a las 7P del marketing:

- a. **Producto:** el ceviche alineado con las necesidades del consumidor, su elaboración exige el uso del pescado fresco, así como ingredientes complementarios seleccionados y de alta calidad. El producto está representado por un único plato: el ceviche.

- b. **Plaza:** Es recomendable escoger un lugar cercano a edificios de oficinas y zonas comerciales, con alto tránsito de personas principalmente trabajadores que busquen una opción alimenticia en su hora de refrigerio.
- c. **Precio:** El precio sugerido es de 15 nuevos soles por plato de ceviche, como acompañamiento se ha incluido en las proyecciones la venta de bebidas gaseosas de medio litro a 3 nuevos soles y agua de medio litro a 2 nuevos soles. El objetivo de la fijación de precio es la maximización de ganancias. Como parte de la estrategia comercial se deberán proponer precios promocionales con el objetivo de agotar el stock de los productos perecibles, cuidando mantener la principal característica del ceviche, ser elaborado con pescado fresco.
- d. **Promoción:** El negocio será promovido vía redes sociales principalmente twitter, youtube y facebook como principales medios de difusión, para conocer y dar a conocer el negocio.
- e. **Personas:** la filosofía del negocio incluye una atención personalizada y cordial por parte de los colaboradores, lo que conjuntamente con la calidad del producto se traducirá en la atracción y fidelización de los clientes.

Habrá servicio preferente para personas con discapacidad, madres embarazadas y personas de la tercera edad (Ley 27050). El personal dará una respuesta eficaz a las necesidades de los clientes.

- f. **Procesos:** Para prestar una atención de calidad, es importante incorporar en los procesos las opiniones y recomendaciones de los clientes. La atención de un pedido propone los siguientes pasos en un tiempo promedio de quince minutos:
  - a. Recoge tu ticket
  - b. Cancela tu pedido
  - c. Disfruta tu ceviche

- g. **Evidencia Física:** Es importante evidenciar una buena presentación de la empresa (interna y externa) y del producto. El lugar de atención debe ser acogedor, limpio, organizado, ventilado, luminoso, buscando transmitir una mayor confianza y tranquilidad al cliente. La presentación del producto, denota la experiencia del cevichero y la calidad del producto.

## 7. Plan Financiero

### 7.1. Inversión

El capital de trabajo está calculado en base al método del déficit acumulado luego de un análisis diario. Como inversión inicial para las operaciones, se ha considerado los rubros presentados en el cuadro Nro. 3.

*Cuadro Nro. 3: Estructura de Inversión Inicial*

| Rubro                        | Monto S/.        | Peso de la Inversión |
|------------------------------|------------------|----------------------|
| Adecuación del local         | 49.800,00        | 61,12%               |
| Equipamiento                 | 12.700,00        | 15,59%               |
| Utensilios y otros           | 9.200,00         | 11,29%               |
| Alquiler por adelantado      | 4.200,00         | 5,15%                |
| Gastos administrativos       | 2.500,00         | 3,07%                |
| Seguridad                    | 1.500,00         | 1,84%                |
| Capital de trabajo adicional | 1.474,50         | 1,81%                |
| Gastos de servicios          | 100,00           | 0,12%                |
| <b>Totales</b>               | <b>81.474,50</b> | <b>100%</b>          |

*Elaboración propia*

## 7.2. Ingresos

Para el cálculo de ingresos anuales, se ha considerado una venta de 27,040 platos de cebiche a un precio de venta de S/.15.00 cada uno, 11,648 botellas de gaseosa de medio litro a un precio de venta de S/.3.00 cada una y 1180 botellas de agua de medio litro a un precio de venta de S/.2.00 cada una.

En el cuadro nro. 4 están expresadas las ventas en unidades, las que multiplicadas por los valores de venta respectivos (valor sin IGV del 18%), totalizan el valor de venta total mensual, expresado en nuevos soles.

Para el cálculo mensual se han considerado 26 días, debido a que el negocio no abre un día a la semana. Los ingresos se considerarán constantes durante el horizonte de evaluación que es de 5 años.

*Cuadro Nro. 4: Ventas mensuales expresadas en nuevos soles y en unidades*

| Concepto                                   | Ene - Abr     | May - Dic     |
|--|---------------|---------------|
| Número de platos de ceviche por día        | 150           | 120           |
| Número de días                             | 26            | 26            |
| Total unidades de ceviche                  | 3,900         | 3,120         |
| Valor de venta unitario ceviche            | 12.71         | 12.71         |
| <b>Venta total de ceviche S/.</b>          | <b>49,576</b> | <b>39,661</b> |
| Total unidades de gaseosa                  | 1,680         | 1,344         |
| Valor de venta unitario gaseosa            | 2.54          | 2.54          |
| <b>Venta total de gaseosa S/.</b>          | <b>4,272</b>  | <b>3,418</b>  |
| Total unidades de agua                     | 170           | 136           |
| Valor de venta unitario agua               | 1.69          | 1.69          |
| <b>Venta total de agua s/.</b>             | <b>288</b>    | <b>230</b>    |
| <b>Venta total mensual en nuevos soles</b> | <b>54,136</b> | <b>43,309</b> |

### 7.3. Costos Variables

Se están considerando dentro de los costos variables los insumos siguientes: pescado, papa, limón, cebolla, yuyo, cancha, choclo, camote, ají, culantro, lechuga, especería, abarrotes, aguas y gaseosas, entre otras compras. Se ha llegado a la conclusión al hacer un análisis sobre los costos, que los gastos variables representan en promedio el 45,45 % del valor de ventas.

### 7.4. Costos Fijos

Dentro de los costos fijos, además del gasto del personal detallado en el cuadro Nro. 2, se encuentran los gastos de mantenimiento y alquiler del local, consumo de suministros, seguridad, teléfono, arbitrios, depreciación y amortización de intangibles y honorarios del contador. Se puede ver en el cuadro Nro. 5, el monto mensual por cada partida, llegando a un total de 12,474.06 nuevos soles.

*Cuadro Nro. 5: Gastos fijos mensuales expresados en nuevos soles*

| <b>Gastos Fijos</b>              | <b>Monto sin IGV</b> | <b>Participación</b> |
|----------------------------------|----------------------|----------------------|
| Sueldos                          | S/. 9,011            | 66.97%               |
| Alquiler                         | S/. 1,550            | 11.52%               |
| Depreciación y amortización int. | S/. 1,074            | 7.98%                |
| Movilidad, otros                 | S/. 500              | 3.72%                |
| Contador                         | S/. 350              | 2.60%                |
| Luz                              | S/. 348              | 2.59%                |
| Agua                             | S/. 257              | 1.91%                |
| Seguridad                        | S/. 126              | 0.94%                |
| Mantenimiento                    | S/. 92               | 0.68%                |
| Teléfono e internet              | S/. 64               | 0.47%                |
| Otros                            | S/. 60               | 0.45%                |
| Arbitrios                        | S/. 23               | 0.17%                |
| <b>Gasto fijo mensual</b>        | <b>S/. 13,455</b>    | <b>100%</b>          |

*Elaboración propia*

## 7.5. Estructura de Capital

Ante la posibilidad de apalancamiento financiero, se está considerando la opción de endeudamiento del 40%, a ser financiado en 5 años, a una tasa efectiva anual del 28%, en un programa de cuotas iguales mensuales, representando el riesgo otorgado a una pequeña empresa con poca o sin garantía material de pago.

*Cuadro Nro. 6: Datos de financiamiento bancario*

|                        |               |
|------------------------|---------------|
| Razón de endeudamiento | 40%           |
| Préstamo               | S/.<br>32,590 |
| Pagos mensuales        | 60            |
| Tasa efectiva anual    | 28%           |
| Tasa efectiva mensual  | 2.08%         |
| Cuota mensual          | S/. 955       |

*Elaboración propia*

## ANEXOS

### **ANEXO 1: CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA**

Para la Constitución de una Empresa detallamos los siguientes pasos:

#### **PASO 1: Reunión entre el Titular y los interesados involucrados en la constitución:**

Como persona jurídica debe ser representada por una o más personas naturales, se discuten las ventajas de constituir y se reúnen los requisitos y Ficha de Solicitud de Constitución de Empresa.

#### **PASO 2: Identificación de la razón social:**

Se procede a seleccionar el nombre, y a identificar el nombre propuesto, para ello se inicia el trámite de identificación de razón social en la oficina de los Registros Públicos, con un pago de derecho a trámite.

Se recibe la constancia de búsqueda (Certificado de Búsqueda Mercantil), para comprobar que no exista otra empresa con el mismo nombre, de lo contrario se reinicia el Proceso.

### **PASO 3: Elaboración de la minuta**

Para la elaboración de la Minuta se requieren los datos personales del titular, domicilio legal de la empresa, aportes del capital social, se discute el contenido del Estatuto bajo la tutela de una asesoría legal con cada uno de los términos del compromiso esclarecidos ante los miembros apoderados de la Empresa a constituir.

Se aprueba la Minuta y Suscribe con la firma del abogado.

### **PASO 4: Escritura Pública**

Para el levantamiento de la Escritura Pública, se realiza un depósito bancario en la cuenta corriente a nombre de la Empresa por el 25% del capital declarado en la Minuta. Asimismo, se realiza un pago al fondo mutual del abogado el 1/1000 del capital social suscrito en la cuenta del Colegio de Abogados.

Se redacta el Testimonio de Constitución en la Notaria con el documento de Minuta y los comprobantes de pagos anteriores. Finalmente el Titular procede a firmar y poner su huella digital.

### **PASO 5: Inscripción SUNAT (RUC)**

Para la Inscripción en el registro con el Registro Único de Contribuyente (RUC) ante la SUNAT se presenta el documento de identidad del Titular o representante legal y se reúnen los documentos siguientes:

Para Persona Jurídica

- Original y dos copias del DNI del representante legal de la empresa.
- Original y copia de cualquier recibo por servicio público (luz, agua, teléfono, cable) con una antigüedad no menor de dos meses.
- Original (copia literal) y copia simple de la partida electrónica con no más de 10 días de haber sido emitida por la SUNARP.

Al presentar estos requisitos en las Oficinas de Atención al Contribuyente de la SUNAT se te otorgará el número de RUC y Clave SOL. Luego de que la SUNAT verifique el domicilio (en un plazo de ocho (08) días hábiles después de la presentación de los documentos), se podrá imprimir tus comprobantes de pago

### **PASO 6: Autorización de impresión de comprobantes de pago Formulario 806**

En el caso que se trate de un Régimen Especial:

Este es un régimen intermedio entre el Nuevo RUS y el Régimen General, que permite relacionarse en la compra-venta con otras empresas. Bajo esta modalidad se pueden emitir facturas y otros comprobantes de pago con el



mismo efecto tributario. El RER está dirigido tanto a las microempresas conducidas por personas naturales como a las que se constituyen como personas jurídicas que realizan actividades de servicios, comercio, industria, producción, manufactura y extracción de recursos naturales (incluidos la crianza de animales y cultivos).

Para acogerse a este régimen en cualquier mes del año, se debe tener presente lo siguiente:

- Si se inició las actividades en el transcurso del año, el acogimiento se realizará con la declaración y el pago oportuno (dentro de la fecha de vencimiento) de la cuota del impuesto a la renta que corresponda según la inscripción en el Registro Único del Contribuyente (RUC).

- Si proviene de otro Régimen Tributario (Régimen General del Impuesto a la Renta o del Nuevo Régimen Único Simplificado - Nuevo RUS), el acogimiento se realizará con la declaración y el pago oportuno (hasta la fecha de vencimiento) de la cuota del impuesto a la renta que corresponda según el mes en el cual hayas efectuado el cambio a este régimen.

Por otro lado, si corresponde a un Régimen General de Impuesto a la Renta:

Este es un régimen tributario que comprende a las personas naturales y jurídicas que generan rentas de tercera categoría (por ejemplo, utilidades a fin de año).

A este régimen tributario se pueden acoger todo tipo de empresas de cualquier volumen o tamaño. Asimismo, pueden inscribirse las pequeñas empresas conducidas por Personas Naturales o por Personas Jurídicas.

Las MYPE pueden elegir esta opción desde el inicio de sus actividades económicas.

#### **PASO 7: Licencia de funcionamiento municipal**

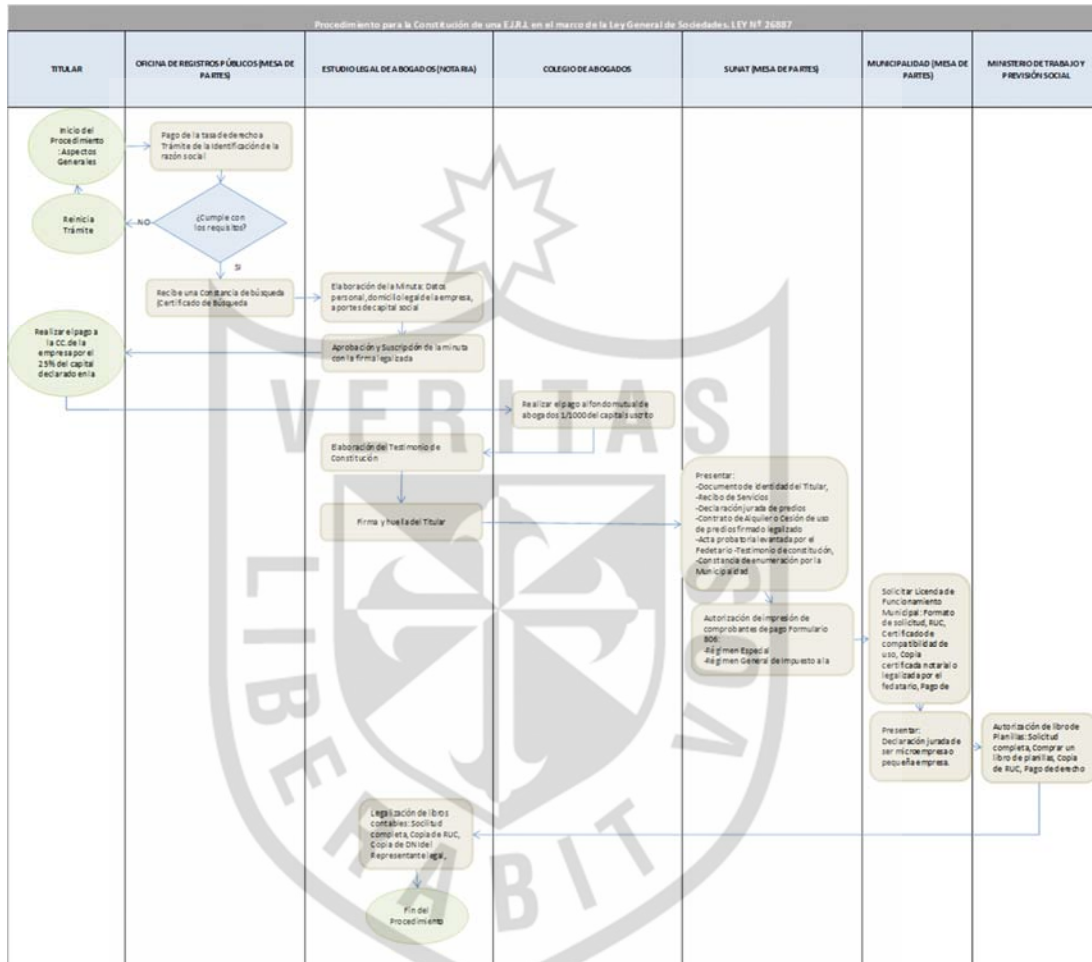
Para obtener una Licencia de funcionamiento se completa la Solicitud con el RUC, el Certificado de compatibilidad de uso y una Copia certificada notarial o legalizada por el fedatario de la Municipalidad del Testimonio de Constitución de la empresa y una Declaración Jurada de ser microempresa o pequeña empresa, con el recibo de pago por los derechos correspondientes.

#### **PASO 8: Autorización del libro de planillas ante el Ministerio de Trabajo y Provisión social**

Se completa la Solicitud según el formato completo, se adquiere un libro de planillas o el mismo libro y Copia del RUC, con el pago de derecho a trámite respectivo **PASO 9: Legalización de libros contables ante notario**

Se presenta la solicitud en base a la legalización respectiva y una copia del RUC, y DNI del representante legal de la empresa, y el pago de derecho a trámite.

## ILUSTRACIÓN 1: DIAGRAMA DE FLUJO - CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA



## **ORDENANZA QUE REGULA EL COMERCIO AMBULATORIO EN LOS ESPACIOS PÚBLICOS EN LIMA METROPOLITANA.**

### Artículo 39.- Venta de comida en el espacio público

En forma excepcional se autorizará el giro de venta de Potajes Tradicionales o Comidas preparadas dentro del Centro Histórico de Lima, siempre y cuando refuercen la función cultural y turística de la Ciudad de Lima, debiéndose realizar previamente una evaluación técnica. Este giro se podrá desarrollar fuera del Centro Histórico de Lima en zonas reguladas por el órgano competente de la Municipalidad Metropolitana de Lima.

Las municipalidades distritales aplicaran el giro de venta de Potajes Tradicionales o Comidas

Preparadas de acuerdo a las características del comercio ambulatorio en su jurisdicción.

### Artículo 40.- Condiciones para poder expender comidas preparadas en espacios públicos

Características del expendio de comidas preparadas:

a) El comerciante deberá portar carné de sanidad. En caso de tener un asistente, éste también deberá contar con dicho carné.

b) Los alimentos se expenderán en envases descartables.

c) Los recipientes que almacenan los alimentos, deberán estar en perfecto estado de higiene y conservación y contar con tapas o cubiertas, para su protección adecuada.

d) El comerciante autorizado, que se dedique a la venta de comidas preparadas, deberá usar el mandil o uniforme respectivo y su presentación será de forma aseada.

Los comerciantes autorizados para desarrollar el giro de venta de potajes tradicionales o comidas preparadas que utilicen un balón de gas, este no podrá ser mayor a 5 Kilos y deberá estar acompañado de un extintor de 6 kilos.

#### Artículo 41.- Adquisición de productos debidamente acreditados

Los productos que comercializan los comerciantes regulados deberán contar con el respectivo comprobante de pago que acredite su origen, estando obligados los proveedores a otorgarla conforme a ley.