

# 2A-RELACIÓN ENTRE LAS BUENAS PRÁCTICAS DE MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL HOTEL SOL DE ORO, DISTRITO DE CERRO DE PASCO - PERÚ 2023

*por* Fernández Roque Elizabeth Noelia

---

**Fecha de entrega:** 26-jun-2024 04:29p.m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:** 2409112846

**Nombre del archivo:** 2A\_Fernández\_Roque\_Elizabeth\_Noelia\_TituloProfesional\_2024.docx (390.45K)

**Total de palabras:** 9250

**Total de caracteres:** 49789

## RESUMEN

**Objetivo:** Este estudio tuvo como propósito investigar el vínculo entre las buenas prácticas de manipulación de alimentos y la satisfacción del cliente en el Hotel Sol de Oro, ubicado en el distrito de Cerro de Pasco, provincia de Pasco. **Metodología:** Se efectuó un estudio de ruta cuantitativa, con alcance correlacional, no experimental fue el diseño y acorde al tiempo fue transeccional. Su muestra incluyó a 88 comensales, evaluados mediante un cuestionario que abordó tanto las buenas prácticas de manipulación como la satisfacción del cliente.

**Resultados:** La aplicación de los protocolos de calidad en la fabricación (BPM) reveló que un 9,1% de los comensales considera que el establecimiento cumple en condiciones regulares con las BPM, mientras que el 90,9% percibe que el local mantiene buenas condiciones. En cuanto a la satisfacción del cliente, el 1,1% la clasificó como mala o muy buena, el 44,3% la calificó como regular, y el 53,4% indicó un nivel de satisfacción bueno con respecto al servicio. En cuanto al valor de correlación de Spearman encontrado se estableció en 0,521, evidenciando una relación moderada y positiva para ambas variables, con un p valor <0,001. Esto confirma una relación directa entre las BPM y la satisfacción del cliente en el Hotel Sol de Oro, Distrito de Cerro de Pasco, Perú, en el año 2023. **Conclusiones:** En síntesis, se corroboró la existencia de una correlación positiva moderada entre las Buenas Prácticas de Manufactura y la Satisfacción del cliente en el Hotel Sol de Oro, situado en el Distrito de Cerro de Pasco, Perú, durante el año 2023.

**Palabras clave:** buenas prácticas de manufactura, satisfacción, cliente, control de calidad, higiene de personal.

**1.1 Descripción y formulación del problema**

Desde el inicio de este milenio, la gastronomía peruana ha sido reconocida como patrimonio cultural inmaterial, título acuñado por la UNESCO en el año 2003 (Guardia, 2020). Es debido a esto que, durante la última década, se ha observado que los servicios de alimentación han aumentado, tales como: cafeterías, restaurantes, catering, entre otros, esto se debe al incremento en la demanda de consumidores nacionales y extranjeros quienes a su vez están expuestos, ya sea de forma individual o colectiva, a contraer enfermedades transmitidas por alimentos, también llamados ETAS.

Debido a las circunstancias vividas por la COVID 19, las medidas de bioseguridad han retomado importancia dejando como resultado un incremento en las supervisiones y control con el fin de evitar algún tipo de brote de enfermedades. En promedio casi el 90% de las toxoinfecciones alimentarias son producidas por no manipular higiénicamente los alimentos, donde cerca del 70% se realizan en lugares de venta y consumo de comida elaboradas (comedores, restaurantes, cafeterías, etc.), el 25% en casa y 5% en industrias alimentarias (MINSA, 2022). Debido a ello, la manipulación de alimentos y bebidas cada vez es más exigente, de este modo se evita que los consumidores se intoxiquen.

Según el reporte Movimiento Turístico 2018, la región Pasco registra más de 400 mil visitas de turistas, esto se traduce en un 1,0% de la totalidad de desplazamientos dentro del país. Según las cifras relacionadas con el número de viajeros locales que recibieron los establecimientos de hospedaje de Pasco, el 2018 se registró un aumento de 21,3% respecto al

año anterior. Un 51,3% visitó Oxapampa, por otra parte, Pasco recibió un 44,9% mientras que un 3,8% fue para Daniel Alcides, posicionándolos como las regiones que recibieron mayor cantidad de turistas (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Lima-Perú., 2013).

Debido a que Pasco es el segundo lugar más visitado de la región, el presente estudio tuvo lugar en el centro de expendio de comidas del Hotel Sol de Oro, uno de los hoteles más demandados de la ciudad, con el afán de observar si la manipulación de alimentos que el restaurante realiza cumple las normativas y procedimientos adecuados y si presenta relación directa con la satisfacción del cliente; para la cual se generó la siguiente situación problemática.

#### ***Formulación del problema general***

¿Existe una relación directa entre las buenas prácticas de manipulación de alimentos y la satisfacción del cliente en el Hotel Sol de Oro ubicado en el distrito de Cerro de Pasco, provincia de Pasco?

#### ***Formulación de problemas específicos***

¿Existe una relación directa entre el control de calidad del producto y la satisfacción del cliente en el Hotel Sol de Oro en el distrito de Cerro de Pasco, provincia de Pasco?

¿Existe una relación directa entre la higiene de personal y la satisfacción del cliente en el Hotel Sol de Oro en el distrito de Cerro de Pasco, provincia de Pasco?

## 1.2 Antecedentes

### *Nacionales*

En el trabajo titulado “*Aplicación de las buenas prácticas de manufactura para mejorar la productividad en la panadería y pastelería “Adriana” Chiclayo, 2019*” presentó como objetivo mejorar la productividad aplicando buenas prácticas de manufactura. Fue de enfoque cuantitativo con un nivel explicativo. Las técnicas que se emplearon para recoger información fueron <sup>41</sup> la entrevista, la encuesta, la observación y el análisis documental. De acuerdo a lo encontrado se pudo notar un incremento de 85% en el valor porcentual de ejecución de las BPM, a su vez se logró disminuir el índice de criticidad del proceso desde 67% hasta 8%, mientras que se obtuvo una mejoría con respecto a la eficiencia en <sup>1</sup> el proceso de producción, disminuyendo el tiempo <sup>13</sup> de 601 a 559 minutos, esto supone una aminoración de 42 minutos, aumentando la eficacia de las actividades de producción. Se concluyó que <sup>13</sup> las buenas prácticas de manufactura mejoraron la productividad de forma significativa, aumentándola en 21.15% (Arce et al., 2021).

En el trabajo titulado “*Nivel de cumplimiento de las buenas prácticas de manufactura y nivel de satisfacción de comensales. Concesionario de alimentos Yurisa Catering & food – 2019*” <sup>39</sup> se tuvo como finalidad identificar la relación entre el las variables investigadas entre septiembre a noviembre del 2019. Se empleó como diseño el no experimental, nivel correlacional de corte transversal. Se utilizaron dos cuestionarios y <sup>42</sup> los resultados mostraron que el 71.3% de consumidores percibía <sup>1</sup> un elevado nivel para el cumplimiento de las buenas prácticas de manufactura, el 28.8 % percibía un nivel medio; mientras que, el 57.5% observaba un grado elevado de satisfacción y el 42.5 % un nivel medio. Se determinó <sup>1</sup> que existe una relación significativa para el nivel de cumplimiento de las buenas prácticas de manufactura y

el nivel <sup>26</sup> de satisfacción de los consumidores ( $p=0.000<0.050$ , coeficiente=0.712) (Terrones, 2020).

La investigación denominada “*Conocimiento y buenas prácticas de manufactura de las socias de los Comités del Programa de Complementación Alimentaria de la Municipalidad Provincial de Puno –2019*” tuvo como propósito establecer la conexión entre las variables analizadas. El enfoque utilizado fue descriptivo, analítico, transversal, con un diseño correlacional. Los datos se recogieron mediante técnicas de observación, entrevista y encuesta; se emplearon el cuestionario y la lista de verificación como herramientas de recolección de datos. Al analizar la correlación existente, se consiguió como valor p (0,01), menor al error (0,05), por este motivo, se consintió la  $H_a$  y se rechazó la  $H_o$ , en otras palabras, las variables de estudio presentaron <sup>31</sup> un nivel de confianza del 95% lo que establece una relación significativa entre ambas. Por otra parte se constató que un total del 100% de las asociadas poseían un elevado nivel en cuanto al conocimiento de un adecuada manipulación de alimentos, así como también presentaron prácticas adecuadas en su desarrollo, donde el 57.6% tenían prácticas adecuadas previo a la preparación, el 42.4%, presentaron prácticas inadecuadas; un total del 83.2% de las socias mostraron prácticas apropiadas durante el proceso y un 16.8%, tuvieron prácticas inapropiadas; por último, 60.8% evidenciaron prácticas apropiadas y un 39.2% prácticas inapropiadas después de la manipulación; se concluyó que las socias tienen una actitud positiva, lo cual se refleja en buenos conocimientos y prácticas adecuadas (Tito, 2021).

El trabajo denominado “*Las buenas prácticas de manipulación de alimentos y la satisfacción del cliente en el Chifa Pollería Espinoza, distrito de Panao provincia de Pachitea 2019*” el objetivo planteado consistió en <sup>44</sup> medir la asociación entre las variables estudiadas. El trabajo siguió la ruta cuantitativa, <sup>1</sup> tipo aplicada, diseño no experimental, nivel correlacional

**transversal**, el cuestionario fue el instrumento usado y la encuesta, la técnica; los resultados obtenidos en base al coeficiente de correlación dieron como resultado un valor de 0.687 estableciendo un nivel de relación positivo moderado; además el valor de significancia fue de 0.000 que fue inferior a 0.005; se aprobó la hipótesis de estudio. Se concluyó que las variables presentaban una relación media – alta y significativa (Coz, 2019).

El trabajo titulado *“Conocimiento de buenas prácticas de manufactura de los colaboradores del área alimentos y bebidas, hotel San Agustín Paracas, Ica, 2017”* encontró que el 83% de los colaboradores presentaban un buen entendimiento y una comprensión elevada de las buenas prácticas de manufactura, lo que se evidenció por medio de su evaluación en “higiene en la manipulación y almacenes”, “personal”, “establecimiento”. Se concluyó que la empresa se benefició al generar buenas prácticas de manufactura en el personal, ya que mejoró la productividad (Secce, 2017).

En el trabajo titulado *“Evaluación de las Buenas Prácticas de Manufactura en las Mypes del Mercado Jesús de Nazareth, del distrito de La Esperanza – 2017”* Buscaba examinar las prácticas adecuadas en la manipulación. La investigación se caracterizó por un ser de naturaleza descriptiva con <sup>43</sup> un diseño no experimental y un enfoque transversal. La guía de observación fue el instrumento. Se llegó a la conclusión, luego de evaluar las 98 Mypes, que el centro de abastecimiento cumplía con las prácticas de manufactura de manera aceptable pero con un nivel estándar de 58,2% (Guarniz, 2017).

### ***Internacionales***

En el trabajo titulado “*Evaluación de las prácticas higiénico-sanitarias en Food Trucks. Implicaciones para la Seguridad Alimentaria*” el objetivo fue analizar las prácticas higiénico-sanitarias del personal que manipula los alimentos. Fueron 20 Food Trucks <sup>35</sup> seleccionados para formar parte de la muestra de estudio. Se trabajó una investigación de tipo observacional para recopilar datos, complementado con la elaboración de un cuestionario específico. Según los resultados, en el 95 % de las instancias, los manipuladores de alimentos hicieron contacto directo con los alimentos utilizando sus manos, mientras que en el 60 % de las ocasiones, también manipularon dinero. No se verificó el cambio de guantes ni el lavado de manos por parte de los manipuladores o la limpieza de superficies y utensilios, esto en lo que concierne a la higiene y la limpieza personal. En cuanto a las prácticas de riesgo, se observó que los alimentos que requerían refrigeración se mantenían a temperatura ambiente en el 70% de los Food Trucks, se notaron prácticas que causaban contaminación cruzada en el 65% y se determinaron potenciales fuentes de contaminación en el 95%. Las prácticas inadecuadas en la manipulación de los alimentos dilucidaron una falta de conocimiento de las mismas. La conclusión fue que se debe promover la capacitación en buenas prácticas de higiene para el personal que labora en Food Trucks, y que los organismos reguladores también debían reforzar su supervisión de estos vehículos (Montero et al., 2019).

El estudio denominado “*Conocimiento y aplicación en prácticas higiénicas en la elaboración de alimentos y auto reporte de intoxicaciones alimentarias en hogares chilenos*” El estudio fue planteado con la finalidad de estimar <sup>36</sup> el conocimiento y la implementación de prácticas adecuadas en la preparación de alimentos, así como el autor reporte de casos de intoxicación alimentaria en hogares chilenos. Con este fin, se diseñó un cuestionario compuesto por 15 ítems utilizando la plataforma de Google Docs. Los resultados mostraron que un 96%

de la muestra elabora alimentos en casa; de estos, 88% Se consideró <sup>1</sup> que las buenas prácticas de manipulación de alimentos eran relevantes, y el 76% afirmó tener conocimiento sobre la contaminación cruzada. Más del 40% de los encuestados indicaron que adquieren productos cárnicos y lácteos en supermercados, ocasionando interferencia en el mantenimiento de una correcta cadena de frío; El 56% de los sujetos de estudio mencionó que los alimentos eran descongelados a temperatura ambiente. Solo el 12,5% de los participantes informaron que utilizaron un desinfectante al tratar frutas o verduras. De entre aquellos que preparan alimentos en casa, el valor porcentual para aquellos que sufrieron una intoxicación alimentaria fue de 17%, y de estos, solo el 64% acudió al médico. La conclusión fue que, aunque se consideran importantes <sup>1</sup> las buenas prácticas de manipulación de alimentos, estas no se llevan a cabo en la práctica en el hogar (Torres et al., 2018).

En el estudio “*Buenas Prácticas de Manufactura en comedores del Mercado Central de Abasto de Asunción, Paraguay*” El propósito fue analizar <sup>14</sup> las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) en los centros de preparación y expendio <sup>2</sup> de alimentos del Mercado Central de Abasto de Asunción, Paraguay. dedicadas a la producción de sándwiches de verduras. La investigación fue prospectiva, descriptiva, transversal. La captura de datos se realizó tomando como base el Codex Alimentarius (FAO/OMS) para lo cual se trabajó con una lista de verificación basada en ella. Los hallazgos mostraron que el 60% de los comedores no tenían buenas estructuras de construcción, se observó <sup>21</sup> presencia de animales o vectores en el 32% de los comedores. El 54% de los comedores tenían basureros ubicados cerca de los alimentos, mientras que el 46% contaban con tapas en los basureros. El 42% no compraban materias primas a proveedores autorizados y utilizaban agua reciclada en el 30% de los establecimientos. El 10% no realizaba el lavado de los productos, mientras que, de los manipuladores, el 86% afirmaron que antes de manipular los alimentos se lavan las manos y el

88% se las lavaban después. El 82% de los trabajadores llevaba el cabello recogido y las uñas cortas y limpias, mientras que el 46% usaba accesorios como pulseras, anillos y relojes. De todos los casos, el 42% dejó ver que <sup>21</sup> la misma persona que manipulaba los alimentos también manipulaba el dinero. El 20% había recibido capacitación, y el 43% había sido inspeccionado por el municipio. Se llegó a la conclusión de que las empresas de elaboración de alimentos deberían aplicar las BPM para aminorar riesgos (García et al., 2017).

En el estudio *“Conocimientos, actitudes y prácticas sobre buenas prácticas de manufactura de manipuladores de alimentos en Caaguazú, Paraguay”* La intención fue identificar el nexo entre <sup>13</sup> las Buenas Prácticas de Manufactura y <sup>2</sup> los conocimientos, actitudes y prácticas de las personas que manipulan los alimentos. El trabajo fue realizado empleando una metodología de observación y descripción con un diseño transversal. De lo encontrado en el estudio, los ítems que obtuvieron un porcentaje superior de respuestas correctas destacan: En primer lugar, la definición de manipulador con un 51,52% (136), El 80% exhibió una predisposición favorable hacia <sup>9</sup> las siguientes declaraciones: que priorizan el cumplimiento de las normativas de higiene y manipulación de alimentos, con un 95,79% (252), mientras que, en cuanto al nivel de práctica, se impuso el nivel insatisfactorio, con un 79,92% (211). De esto se puede afirmar que, aunque las actitudes fueron positivas en su mayoría, el nivel general de comprensión resultó deficiente. No obstante, la mayoría de las prácticas fueron consideradas inadecuadas. Por consiguiente, se destaca la imperativa necesidad de implementar programas de formación continua centrados en cuestiones <sup>45</sup> de higiene y manipulación de alimentos para fomentar la conciencia y promover prácticas sanitarias. (Estigarribia & Aguilar, 2019).

El estudio titulado “*El proceso de manipulación de alimentos en los establecimientos de restauración y su importancia en la satisfacción de los clientes que visiten el Cantón Pelileo Provincia Tungurahua*” el objetivo fue analizar el impacto en la satisfacción de los consumidores como resultado del proceso de manipulación de alimentos. El enfoque fue de carácter cuali-cuantitativo. El enfoque cuantitativo fue porque se llevó a cabo una recolección, tabulación y análisis de datos para corroborar las hipótesis planteadas. Los hallazgos evidenciaron que los métodos de manipulación de alimentos influyen notablemente en la satisfacción de los clientes. Como conclusión se obtuvo los consumidores consideran fundamentales los procesos de manipulación de alimentos, lo que se refleja tanto en su satisfacción como en su lealtad hacia el establecimiento, asimismo se generó un plan de capacitación y elaboración de manuales sobre el correcto proceso de manipulación de alimentos (Shaca, 2018).

### 1.3 Objetivos

#### <sup>4</sup> 1.3.1 *Objetivo general*

Determinar la relación entre las buenas prácticas de manipulación de alimentos y la satisfacción del cliente en el Hotel Sol de Oro en el distrito de Cerro de Pasco, provincia de Pasco.

#### <sup>22</sup> 1.3.2 *Objetivos específicos*

Identificar la relación entre el control de calidad del producto y la satisfacción del cliente en el Hotel Sol de Oro en el distrito de Cerro de Pasco, provincia de Pasco.

<sup>7</sup> Determinar la relación entre la higiene de personal y la satisfacción del cliente en el Hotel Sol de Oro en el distrito de Cerro de Pasco, provincia de Pasco.

### 1.4 Justificación

Una alta satisfacción en los consumidores es una gran táctica para la gestión de la calidad. Los negocios relacionados al rubro de la alimentación están incorporando la satisfacción del cliente como objetivo más relevante en la planificación de objetivos y procesos, y su percepción determina la satisfacción. Esto significa que la percepción de calidad se encuentra de manera exclusiva solo en la mente del cliente. Por lo tanto, es crucial que los negocios relacionados con la alimentación estén bien informados y capacitados en prácticas higiénico-sanitarias, para garantizar la fidelización del cliente y el aumento de ventas de sus productos, garantizando un alimento inocuo y agradable.

La realización de este estudio surge <sup>46</sup> ante la escasez de información acerca de las adecuadas prácticas <sup>9</sup> de manipulación de alimentos en los establecimientos gastronómicos del departamento de Pasco, así como la satisfacción percibida por parte de los comensales respecto a estas prácticas.

El estudio permitió determinar en qué grado se aplican <sup>4</sup> las buenas prácticas de manipulación de alimentos, con el fin de analizar si esto influye en la calidad, lo cual determina la satisfacción <sup>17</sup> de los clientes que visitan los establecimientos de comida. Con los resultados conseguidos se planteó sugerencias para mejorar la salubridad y así generar un alimento de calidad que beneficie a los clientes, evitando ETAs (enfermedades transmitidas por alimentos) y de esta manera generar mayor demanda en estos establecimientos.

En este estudio se utilizó un cuestionario para determinar la percepción que presenta el usuario sobre <sup>6</sup> buenas prácticas de manipulación de alimentos que aplican los colaboradores del Hotel Sol de Oro y otro para evaluar la satisfacción de sus expectativas y necesidades con respecto al servicio.

El instrumento utilizado fue de uso sencillo y fácil entendimiento para el encuestado. También podrá ser tomado como instrumento base en estudios posteriores.

## <sup>16</sup> 1.5 Hipótesis

### 1.5.1 Hipótesis general

HI: Existe relación significativa entre las buenas prácticas de manipulación de alimentos y la satisfacción del cliente en el Hotel Sol de Oro en el distrito de Cerro de Pasco, provincia de Pasco.

HO: No existe relación significativa entre <sup>2</sup> Las buenas prácticas de manipulación de alimentos y la satisfacción del cliente en el <sup>1</sup> Hotel Sol de Oro en el distrito de Cerro de Pasco, provincia de Pasco.

### <sup>1</sup> 1.5.2 Hipótesis específicas

#### 1.5.2.1 Hipótesis específica 1

H0: No existe relación significativa entre el control de calidad del producto y la satisfacción del cliente en el <sup>1</sup> Hotel Sol de Oro en el distrito de Cerro de Pasco, provincia de Pasco.

H1: <sup>5</sup> Existe relación significativa entre el control de calidad del producto y la satisfacción del cliente en el <sup>1</sup> Hotel Sol de Oro en el distrito de Cerro de Pasco, provincia de Pasco.

#### <sup>1</sup> 1.5.2.1 Hipótesis específica 2

H0: No existe relación significativa entre la higiene de personal y la satisfacción del cliente en el <sup>1</sup> Hotel Sol de Oro en el distrito de Cerro de Pasco, provincia de Pasco.

H1: <sup>5</sup> Existe relación significativa entre la higiene de personal y la satisfacción del cliente en el <sup>1</sup> Hotel Sol de Oro en el distrito de Cerro de Pasco, provincia de Pasco.

## II. MARCO TEORICO

### <sup>6</sup> 2.1 La calidad alimentaria como una realidad social

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO, 1996), se describe a la seguridad alimentaria como la presencia de alimentos seguros, también conocidos como inocuos, que cubran las necesidades dietéticas.

La gastronomía ha evolucionado a pasos rápidos, especialmente en aspectos tales como la tecnología usada, gestión en nuevas propuestas y tendencias, todo esto debido a las demandas del actual mercado competitivo. Los establecimientos gastronómicos están confrontando nuevos desafíos, demandas y criterios. La seguridad alimentaria de calidad ha evolucionado de ser solo un punto de referencia a una expectativa imperativa por parte de los clientes.

Ya no solo se debe conformar con dar una experiencia única o un excelente servicio ya que, cuando los alimentos se manipulan de manera inadecuada, se compromete la seguridad alimentaria, lo que constituye un impacto negativo para la <sup>47</sup> salud de los usuarios de los establecimientos de comida y, además, una amenaza significativa para la reputación de la empresa (García, 2022).

### <sup>27</sup> 2.2 Orígenes de las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)

Las Buenas Prácticas de Manufactura nacen debido a la falta de comprensión sobre la inocuidad alimentaria., estas empezaron en el año 1906 en EEUU, vinculado con la publicación de “La Jungla”, novela que contaba las insalubridades en una industria cárnica y frigorífica. El

Acta de Alimentos, Cosméticos y Medicamentos se instauró en el año 1938, la cual presentó normativas relacionadas con la inocuidad alimentaria y recién en el año 1969 inició la publicación de diferentes normas, una de las normas trata de los principios primordiales, hoy en día conocido como CODEX (FAO - Codex Alimentarius, 2003).

### 2.3 Conceptualización

Conjunto de prácticas apropiadas ejecutadas en el proceso de preparación de un determinado producto para asegurar la <sup>6</sup> inocuidad alimentaria, las Buenas Prácticas de Manufactura <sup>37</sup> son protocolos <sup>37</sup> que definen los estándares básicos requeridos <sup>37</sup> en materia de <sup>37</sup> higiene y manipulación de alimentos, tanto <sup>37</sup> a nivel local como global. Abordan aspectos vinculados con el esquema adecuado para infraestructuras, equipamiento, supervisión de procesos y prácticas de higiene del personal. En el contexto peruano, se encuentran descritos en el Decreto Supremo 007-98, el cual establece los requerimientos mínimos que deben cumplir los establecimientos <sup>33</sup> dedicados a la preparación y venta de alimentos y bebidas (FAO - Codex Alimentarius, 2003).

### 2.4 Manipulador de alimentos

Sujeto que sin importar el oficio, profesión o procedencia (ya sea en casa o como expendedores) preparan o elaboran los alimentos y/o los distribuyen. Estos deben de cumplir con ciertas normas de higiene y de conducta, los cuales garantizarán el correcto desempeño de la tarea asignada <sup>11</sup> (Organización Panamericana de la Salud & Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura., 2016).

## 2.5 Higiene de personal

La higienización y limpieza de un centro laboral obedece en gran medida al grado de higiene de los trabajadores. En consecuencia, especialmente si se labora en el sector alimentario, los trabajadores deben de tener una alta responsabilidad sobre la necesidad de realizar prácticas pertinentes de higiene; además, de brindarles los materiales e insumos para que se realizan de forma óptima (Centro de Innovación y Tecnología Alimentaria de la Rioja - CITA., 2014; FAO - Codex Alimentarius, 2003).

Entre las prácticas higiénicas de mayor relevancia se encuentran:

- Higienización de personal, incluido el lavado de las manos, uñas y muñecas (siempre que un manipulador cambie de actividad y vuelva a manejar alimentos o equipos en contacto con alimentos).
- Emplear un tipo de vestimenta únicamente para la labor, este no tiene que haber entrado en contacto con otras áreas.
- Almacenar la vestimenta y el calzado de trabajo alejados de los que suele usar para la calle.
- Las joyas y relojes están prohibidos cuando se manipula los alimentos, debido a que son propensos a almacenar organismos contaminantes y suciedad.
- Usar guantes de goma para mermar la difusión bacteriana, deben de estar en condiciones óptimas, de lo contrario albergarían en su superficie una gama microorganismos propiciando contaminación cruzada.
- Emplear gorros y cubrecabezas. (Centro de Innovación y Tecnología Alimentaria de la Rioja - CITA, 2014).

## 2.6 Limpieza y desinfección

**La limpieza.** Se denomina así a la eliminación de impurezas como lo son: la suciedad, tierras, grasa, restos de alimentos u otras materias objetables (Organización Panamericana de la Salud & Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura., 2016).

Una de las medidas de profilaxis más preponderantes en cualquier instalación donde se preparan alimentos resultan ser la limpieza y desinfección. El encargado de asegurar la calidad liderará estas labores, trabajando en conjunto con la gerencia de procesos, los colaboradores y los encargados de adquirir los insumos o materiales necesarios para las tareas de limpieza.

Los métodos deben de permitir cumplir los requerimientos particulares de los procesos en sus distintos ambientes de elaboración y para algunos productos en específico.

La planificación debe abordar de manera minuciosa las acciones relacionadas con los productos a utilizar, así como los intervalos de cambio, métodos de aplicación y programación regular de limpieza y desinfección (Organización Panamericana de la Salud & Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura., 2016).

**Desinfección.** Se refiere al proceso de reducción de la cantidad de microorganismos presentes en el entorno, se lleva a cabo con la ayuda y participación de sustancias químicas y/o métodos físicos, de modo que no se vea comprometida la inocuidad o la calidad del alimento (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Lima-Perú, 2013).

Este proceso es fundamental en la manipulación higiénica de alimentos y se lleva a cabo de forma diaria, centrándose principalmente en:

- Los espacios de producción, entre ellos las paredes, los techos y pisos.
- Mesas, los utensilios y los recipientes, áreas que entran en contacto directo con los alimentos son especialmente prioritarias en este proceso.

La desinfección debe efectuarse al culminar las labores de elaboración, previo a su comienzo y en otras circunstancias en el lapso del procedimiento (FAO - Codex Alimentarius, 2003; Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Lima-Perú., 2013).

## 2.7 Inocuidad de producto

Se conoce que un producto es inocuo cuando, mediante prácticas o procedimientos, se garantiza que no concentre contaminante o agente alguno que propicie perjuicio o malestar a al individuo que lo ingiera.

Los contaminantes más frecuentes pueden ser: sustancias químicas dañinas, parásitos, virus, hongos, partículas físicas, etcétera. Al presentarse enfermedades debido al consumo de alimentos con estos contaminantes, Se les conoce como Enfermedades Transmitidas por los Alimentos (ETA), estas pueden manifestarse con una variedad extensa de sintomatología que pueden ir desde malestar intestinal leve y diarreas hasta casos más graves como perforaciones intestinales, pudiendo llegar incluso a provocar la muerte en los casos más extremos (Centro de Innovación y Tecnología Alimentaria de la Rioja – CITA., 2014).

**Peligros Físicos.** Relacionados con la presencia de ciertos elementos extraños en los alimentos. Los cuales presentan potencial para producir obstrucciones o heridas en los consumidores de un alimento contaminado; como modelo de peligros físicos se puede mencionar:

- Materias extrañas (Estos elementos extraños pueden ser trozos de madera o vidrio, entre otros).
- Partes de los alimentos que no son aptas para el consumo, como semillas de frutas o trozos de hueso (FAO - Codex Alimentarius, 2003; <sup>12</sup>Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Lima-Perú., 2013).

**Peligros Químicos.** Asociados a la presencia de materias extrañas o residuos en los alimentos, pudiéndose presentar a lo largo de toda la cadena alimentaria. Esto se puede ejemplificar en la presencia de restos de productos de naturaleza química que se utiliza en los cultivos para controlar la propagación de ciertas plagas, también puede ocurrir durante el transporte, almacenamiento y fabricación de alimentos, por lo tanto es crucial evitar cualquier contacto directo con sustancias nocivas, entre estos, las pinturas, desinfectantes, combustibles, plaguicidas, lubricantes, detergentes, etcétera (<sup>12</sup>Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Lima-Perú., 2013).

## 2.8 Satisfacción del cliente

**Concepto de satisfacción.** La definición sobre la satisfacción se ha desarrollado a lo largo del tiempo. A partir de los años 70 la predilección por la investigación acerca de la satisfacción aumentó, generándose una cantidad superior a 500 trabajos en dicha área (Camisón et al., 2007).

Producto de las investigaciones y avances tecnológicos, el concepto fue cambiando, esto se puede apreciar desde la década de los setenta, en donde su objetivo era precisar las variables que interceden en su fase de formación, puesto que para la década de los ochenta se examinaron los resultados de dicho procesamiento (Moliner et al., 2001).

La evaluación cognitiva; la cual valoraba aspectos los atributos del bien, el reconocimiento de expectativas y las reacciones entre satisfacción y las emociones propiciadas por el bien; fue el eje principal de los primeros estudios sobre satisfacción (Delgado et al., 2018).

Los autores en su mayoría coinciden que para que se consiga una satisfacción, se debería considerar:

- La objetividad del objetivo que el consumidor conseguir.
- La consecución o no de este objetivo sólo puede juzgarse por referencia a una norma comparativa.
- El proceso de valoración de la satisfacción conlleva al menos dos estímulos: los resultados y los criterios de comparación.
- Como producto final, la satisfacción (Delgado et al., 2018).

El sentimiento de estar saciado, el cual se asocia a una sensación de contento, se relaciona al concepto de satisfacción, donde se da a entender que el servicio o producto ofrece resultados coherentes y satisfactorios. Las interpretaciones modernas de la satisfacción abarcan una gama de respuestas más amplia que la simple satisfacción y en muchos casos ésta se reconoce como una respuesta elevada, por lo que es posible indicar que la satisfacción es una sorpresa, ya sea positiva o negativa (Delgado et al., 2018; Moliner et al., 2001).

Si se considera la satisfacción como sorpresa se comprende que hay un ser humano que busca satisfacer sus placeres hedonistas, lo cual puede ser complicado de anticipar y a priori. En contraste, en el trabajo denominado *Influencias afectivas intrapersonales en la satisfacción del consumidor con los productos* (Westbrook, 1980) se construye una teoría basándose en los postulados de *Satisfacción, insatisfacción y comportamiento de queja del consumidor como indicadores del desempeño del mercado* (Landon, 1980) donde se sugiere que la satisfacción no debería entenderse únicamente a partir del procesamiento de los datos.

Así, desde una visión cognitivista, la satisfacción es el resultado de la valoración afectiva posterior a la compra o del procesamiento de la información relevante, que involucra efectuar una comparación entre las expectativas del individuo y los beneficios que obtiene del producto o que puede percibir al contrastar costos y beneficios en los procesos de atribución que llevan a cabo (Delgado et al., 2018). El autor toma al afecto como un factor preponderante para una mejor comprensión de la satisfacción muy aparte de los factores eminentemente cognitivos.

Con lo descrito se puede observar que una evaluación susceptible que puede verse alterada en cada proceso es a lo que nos referiremos como “satisfacción”, mientras que una evaluación con mayor estabilidad en un tiempo determinado se denominará “calidad de servicio”.

La calidad de servicio como actitud sufre modificaciones por cada acuerdo específico, por la percepción del rendimiento y todo esto es influenciado por la satisfacción que el usuario experimenta (Landon, 1980).

Los usuarios o consumidores, en un acuerdo particular, valoran el rendimiento que tiene el servicio y aprecian si estos cumplen con los parámetros que previamente habían experimentado. Es debido a esto que las personas o empresas que ofrecen un bien o servicio deben brindar una imagen de calidad frente a su clientela potencial y así mismo, proteger cada aspecto de los acuerdos específicos debido a que la opinión que el cliente forme mediante su experiencia, sea satisfactoria o insatisfactoria, modificará expectativas previas y de esta manera, la lealtad del cliente puede verse comprometida dependiendo del resultado de dicha experiencia (Duque, 2005).

Uno de los aspectos que se debe tener en cuenta al momento de analizar la satisfacción es el propósito del estudio que se está efectuando. Esta puede estar enfocada en la calidad de servicio, en lo cual se enfoca este trabajo, en el estudio de sus dimensiones y medida o también puede enfocarse solo en la satisfacción, en cuyo caso, los estudios se centrarán en procesos de evaluación que encamina a los individuos a efectuar ciertas conductas de adquisición o consumo (Morales, 2003).

Mediante el proceso cognitivo de la información se produce la satisfacción del cliente, está a la par puede desencadenarse de las emociones experimentadas en el lapso de consumo o lo que se puede denominar, evaluación post-uso y/o posconsumo, algo que resulta susceptible de transformación en cada transacción y genera posturas hacia el objeto de uso y/o consumo. Asimismo, la calidad del servicio también implica determinar si la valoración de un bien es útil, es decir, si cumple con su función prevista, además de otorgar sensaciones agradables. La calidad del servicio puede explicarse en detalle vinculando las evaluaciones actitudinales del servicio, es decir, si el servicio cumple su objetivo y la naturaleza del placer que siente el individuo (Sánchez-Hernández et al., 2009).

## 2.9 Calidad de producto

Un producto se define como algo que cualquier empresa que puede ser de tamaño grande, mediana o pequeña, organización (con o sin ánimo de lucro) o empresario individual ofrece a un mercado destinatario para lograr un objetivo determinado (beneficio, impacto social, etcétera), de forma más objetiva, es resultado de un esfuerzo creativo que combina una compleja mezcla de atributos tangibles e intangibles (envase, servicio, color, calidad, marca, precio, y reputación del vendedor) que los compradores (clientes reales y potenciales) consideran que satisface sus necesidades o deseos (Thompson, 2009).

Para poder obtener la calidad de producto es fundamental partir de la importancia de la adquisición de una adecuada materia prima (utilizando las normas preestablecidas) lo que permitirá posicionarse en el mercado, mediante clientes contentos, lo cual mejora de forma significativa el posicionamiento a escala regional o nacional.

## 2.10 Nivel de aceptación del producto

Después de efectuar la adquisición o compra de un servicio o producto, los compradores afrontan uno de los 3 niveles de sensaciones:

**Insatisfacción:** Ocurre al momento que las expectativas del cliente no son alcanzadas por el desempeño percibido del producto.

**Satisfacción.** Este fenómeno se presenta cuando el desempeño percibido del producto se alinea con lo esperado por el cliente.

**Complacencia.** Esto ocurre cuando el rendimiento percibido supera las expectativas del cliente (Elvira et al., 2016).

La satisfacción del cliente puede indicar lealtad a una empresa o marca, por lo que los clientes insatisfechos pueden cambiar inmediatamente a otro proveedor o marca (esto crea deslealtad condicionada). Por otro lado, los clientes satisfechos siguen siendo fieles, sin embargo, su lealtad puede verse comprometida si encuentran otro proveedor que les ofrece una oferta más atractiva (fidelidad condicional). En contraste, los clientes fidelizados tienden a mostrar una lealtad incondicional hacia una marca o proveedor, ya que desarrollan una conexión emocional que trasciende las meras preferencias racionales.

Por eso las empresas ágiles prometen lo que pueden cumplir e intentan satisfacer a sus clientes entregando más de lo prometido (Rengifo & Silvera, 2021).

## **III. METODOLOGÍA**

### **3.1 Tipo y diseño de investigación**

La base de este estudio fue no experimental en su diseño, esto debido a que las variables no se controlaron intencionalmente. Además, fue transversal debido a que los datos fueron tomados una única vez y en un solo espacio analizando las variables en simultáneo sin un seguimiento (Hernández, 2014).

Es de nivel correlacional; exploratorio ya que según Claire (Salinas et al., 2008) es una investigación que tiene como fin la elaboración de problemas, así como hipótesis para una investigación más avanzada de carácter correlativo y correlacional porque se obtuvo el nivel de asociación que se genera entre 2 variables (Hernández, 2014). Inclusive se siguió la ruta de enfoque cuantitativo, puesto que se acopió y examinó información de forma crítica y estadística (Hueso, 2012).

Este trabajo abarcó el tipo básico, puesto que ayuda, en principio, a la investigación aplicada o tecnológica y fundamental debido a que es primordial para el progreso de la ciencia (Teodoro & Nieto, 2018).

### **3.2 Ámbito temporal y espacial**

#### **3.2.1 *Ámbito temporal***

Esta investigación fue desplegada en el periodo 2023.

### 3.2.2 *Ámbito espacial*

La recopilación de datos se hizo en el recinto del Hotel Sol de Oro en el distrito de Cerro de Pasco, provincia de Pasco.

## 3.3 Variables

### 3.3.1 *Variable 1*

**Buenas Prácticas de Manipulación de Alimentos:** Conjunto de procedimientos idóneos cuya ejecución garantizará la calidad higiénica y la seguridad alimentaria de los productos comestibles y las bebidas.

### 3.3.2 *Variable 2*

**Satisfacción del Cliente:** Medida en la que se cumplen las perspectivas de un cliente luego de recibir un producto o servicio. El nivel de cumplimiento se obtiene gracias a la diferencia entre el valor percibido y las perspectivas antes de recibir el servicio o producto.

## 3.4 Población de estudio y muestra

### 3.4.1 *Población*

Se define a la población como la totalidad de individuos que comparten o exhiben una variedad de características específicas comunes. (Sánchez, 2019). Para el estudio estuvo conformado por los clientes en el Hotel Sol de Oro del distrito de Pasco Provincia de Pasco, considerando como punto referencial la estadística de los comensales que asisten por día.

### **Criterios de Inclusión**

- Se consideró para este trabajo individuos mayores de edad, de ambos sexos.
- Se consideró para el estudio a toda persona haya consumido alimentos en el local.
- Se consideró para el estudio a cada una de las personas que desearon ser partícipes del trabajo.

### **Criterios de Exclusión**

- No se incluyó a sujetos menores de 18 años.
- Se excluyó a las personas con algún problema de consentimiento para el estudio.

### **3.4.2 Muestra**

Representa el subconjunto de elementos seleccionados entre la población, a fin de lo que se investigue sobre la muestra, se pueda generalizar en su población en su conjunto (Hueso, 2012).

La muestra estuvo conformada por 88 comensales. Para poder hallar este resultado se determinó aplicar la fórmula propuesta por Fuentelsaz Gallego <sup>20</sup> para poblaciones finitas (Fuentelsaz, 2004).

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

Donde:

$n$  = representando al tamaño de la muestra que se pretende calcular

$N$  = Total de la población

$Z_{\alpha/2}$  = 1.962 (Seguridad 95%)

$p$  = representando a la proporción esperada 5 % o 0.05

$q$  = representando  $1 - p$  ( $1 - 0.05 = 0.95$ )

$d$  = representando la precisión (siendo 3%)

El muestreo o la selección de algunos sujetos de la población para obtener los elementos de la muestra fue no probabilístico aleatorio (Hueso, 2012).

### 3.5 Técnicas e instrumentos

La técnica que se empleó fue una lista de cotejo de las BPM, titulado *Evaluación De Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)*, instrumento validado y utilizado por Silvia María España García, en su trabajo “*Evaluación de buenas prácticas de manufactura (BPM) en ventas ambulantes de comida y propuesta de manual de control de calidad para la manipulación de alimentos ofrecidos por los vendedores ambulantes de comida en la cabecera departamental de Totonicapán, Guatemala, 2014*” (España, 2014) y una encuesta, herramienta que se emplea para el acopio de datos, que mediante un cuestionario estructurado, nos permitió conocer datos informativos sobre la población y el llenado de esta fue anónima (Hueso, 2012).

Para la elaboración de la encuesta de satisfacción del cliente la referencia que se usó fue mediante el libro escrito por Bob Hayes el cual se titula “*Cómo medir la satisfacción del cliente*” (Hayes, 2011); esta obra tiene una aproximación a los objetivos presentados, debido a que plantea que las preguntas de la encuesta serán construidas por clientes externos, así como por el personal de la empresa. La encuesta utilizada fue una encuesta validada en el trabajo de <sup>49</sup> Moreno Hidalgo, Juan Antonio titulado “*Medición de la satisfacción del cliente en el restaurante La Cabaña de Don Parce*” (Moreno, 2012).

La Evaluación de BPM, está compuesto por dos dimensiones: *control de calidad* y *limpieza de personal* cada uno con 5 indicadores haciendo un total de 10 secciones. El primero *Alrededores y ubicación* (ítems 1 y 2), el segundo *Instalaciones Sanitarias* (ítems 3), el tercero *Instalaciones para lavados de manos* (ítems 4 al 6), el cuarto *Manejo y disposición de desechos sólidos* (ítems 7 al 12), el quinto *Equipo y utensilios* (ítems 13 al 15), el sexto *Personal* (ítems 16), el séptimo *Prácticas higiénicas* (ítems 17 al 25), el octavo *Operaciones de manufactura* (ítems 26 y 27), el noveno *Envasado (producto para llevar a casa)* (ítems 28) y el décimo *Almacenamiento y distribución* (ítems 29 al 31).

La escala fue ordinal según la escala de Likert (Matas, 2018) , en un rango de 4 puntos 1= condiciones inaceptables.; 2= Condiciones deficiente.; 3= Condiciones regulares ; 4= Buenas condiciones.

*Ficha técnica del instrumento de BPM***Instrumentos para analizar BPM**

Nombre del instrumento	<sup>13</sup> Evaluación De Buenas Prácticas De Manufactura (BPM) en el Hotel Sol de Oro- Pasco
Autor	Silvia María España García adaptado por Elizabeth Noelia Fernández Roque
Año	2014
Lugar	Guatemala
Objetivo	Evaluar el desempeño del personal respecto a las BPM
Administración	Individual

Fuente: Adaptado de Silvia María España García

La Evaluación de satisfacción del cliente tuvo un diseño SERVQUAL-Service of quality y presentó sus 5 dimensiones *Elementos tangibles* (ítems 1 al 9), *Confiabilidad* (ítems 14 al 20), <sup>29</sup> *Capacidad de respuesta* (ítems 10 al 13), *Seguridad* (ítems 21 al 23) y *Empatía* (ítems 24 al 28).

La escala fue ordinal según la escala de Likert (Matas, 2018) , en un rango de cinco puntos 1= simboliza la etiqueta Totalmente Desacuerdo; 2= simboliza la etiqueta Desacuerdo; 3= simboliza la etiqueta Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo; 4= simboliza la etiqueta De Acuerdo y 5= simboliza la etiqueta Totalmente Acuerdo.

<sup>8</sup>  
*Ficha técnica del instrumento de satisfacción del cliente.*

---

**Instrumentos para analizar satisfacción del cliente. SERVQUAL**

---

<sup>8</sup> Nombre del instrumento	Encuesta de satisfacción del cliente Del Hotel Sol de Oro- Pasco
Autor	Moreno Hidalgo, Juan Antonio adaptado por Elizabeth Noelia Fernández Roque
Año	2012
Lugar	Piura -Perú
Objetivo	Evaluar la satisfacción del cliente
Administración	Individual

---

Fuente: Adaptado de Juan Antonio Moreno Hidalgo

### **3.6 Procedimientos**

#### **3.6.1 Autorización**

Para proceder con la recolección de datos, en primer lugar, se solicitó el permiso de la administración del Hotel Sol de Oro. Esto fue llevado a cabo mediante solicitudes, en donde se explicó la finalidad del estudio.

En segundo lugar, se procedió a enviar el consentimiento informado y la ficha de recolección de datos para verificar alguna observación que se pueda generar y su aprobación.

### **3.6.2 *Tiempo de recojo***

El presente estudio se realizó en 2 días, donde se les pidió a los clientes que evalúen los servicios brindados. A cada persona, previa autorización y consentimiento informado, se les entregó las encuestas de calificación para poder obtener su percepción, las cuales fueron explicadas por el autor y estuvieron codificadas mediante numeración en la parte superior, lo que garantizó el anonimato del participante.

### **3.6.3 *Procesos***

La recolección de datos se realizó dentro de las instalaciones del Hotel Sol de Oro; los datos fueron recolectados con horarios previamente acordados, estuvieron en el lapso de funcionamiento del local entre las 9 am y las 8 pm, se le informó al participante mediante un consentimiento informado, sobre el propósito de este trabajo, además de la confidencialidad de sus respuestas. Los cuestionarios fueron entregados y el tiempo aproximado para que repondan fue de diez minutos

### **3.6.4 *Procesamiento de datos***

Los datos que fueron conseguidos de las subescalas (BPM y Satisfacción del cliente) fueron analizados y procesados en forma global, por dimensión en el programa Microsoft Excel 2016. Ulterior a ello, fueron analizados mediante software SPSS.

### **3.6.5 Recuento de datos – Plan de tabulación**

Con la ayuda de una computadora se crearon tablas, cuadros y gráficos estadísticos, los cuales sirvieron para dar respuesta al problema planteado. Para su estudio y su posterior análisis estadístico cada dato obtenido se introdujo al programa Microsoft Excel para luego realizar el cruce estadístico con el software SPSS en su versión 22.

### **3.6.6 Presentación de datos**

Se presentó el resultado del análisis de datos de cada variable, mediante gráficos y cuadros elaborados en el programa Microsoft Excel 2020 y los análisis estadísticos fueron presentados en forma de tabla para poder verificar el grado de significancia que se presentó.

## **3.7 Análisis de datos**

### **3.7.1 Análisis descriptivo**

Todos los datos recopilados acerca de las variables de estudio fueron analizados y tabulados y se ordenaron para ser descritas de acuerdo con las frecuencias y porcentajes obtenidos.

### **3.7.2 Análisis inferencial**

Para verificar supuestos basados en el análisis de los coeficientes se trabajó la correlación de Spearman (valor de Rho).

### **3.8 Consideraciones éticas**

A fin de evitar inconvenientes en la realización del presente estudio fueron solicitadas las autorizaciones concernientes a la administración del establecimiento y a cada participante apto acorde con las pautas tanto de exclusión como de inclusión.

Los datos recabados fueron anónimos, confidenciales y sólo se usaron en esta investigación.

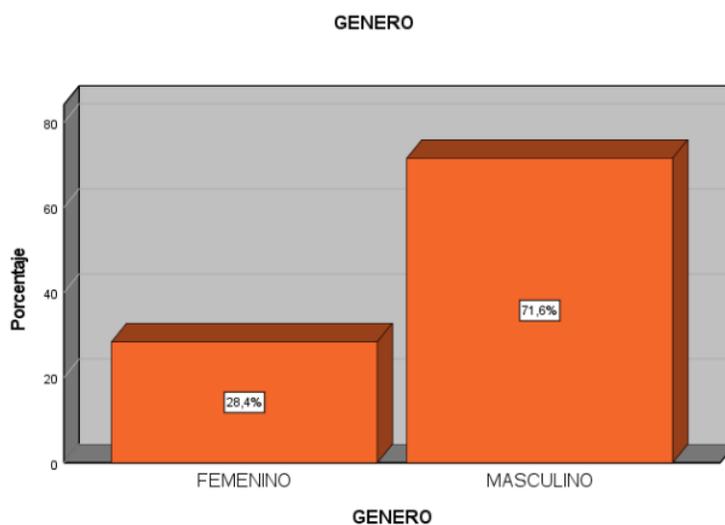
## IV. RESULTADOS

### 4.1 Análisis descriptivo

Tabla 1: Distribución según el sexo de los comensales participantes

GENERO		
	N	%
FEMENINO	25	28,4%
MASCULINO	63	71,6%

Gráfico N° 1: Representación porcentual del sexo de la muestra de estudio

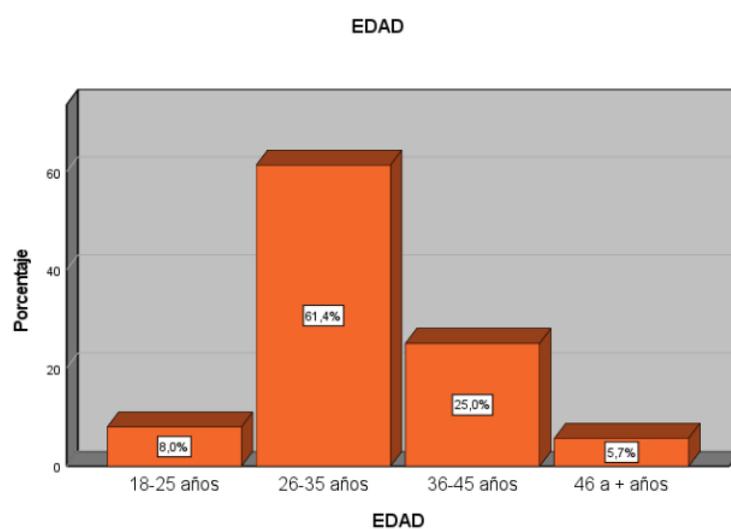


En la tabla 1 y gráfico 1 se exhibe la distribución por sexo de los encuestados en la investigación; donde el 71,6% de la muestra (n=63) fueron varones y 28,4% (n=25), mujeres.

Tabla 2: Distribución según la edad de los comensales participantes

EDAD		
	N	%
18-25 años	7	8,0%
26-35 años	54	61,4%
36-45 años	22	25,0%
46 a + años	5	5,7%

Gráfico N° 2: Representación porcentual de la edad <sup>1</sup> de la muestra de estudio

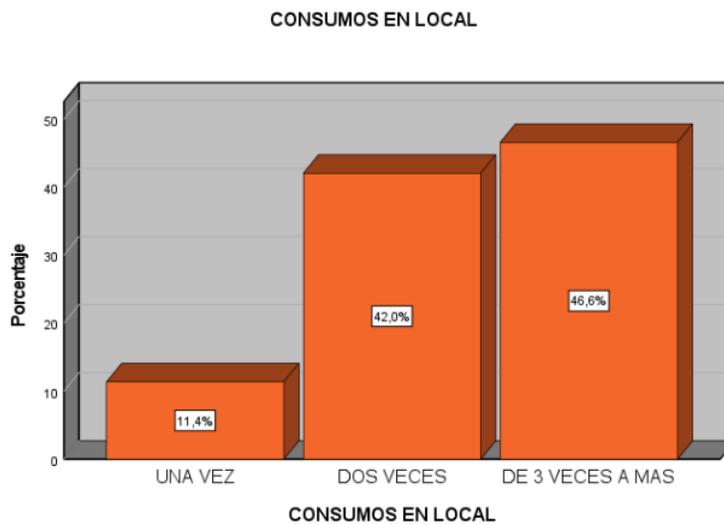


La tabla 2 y gráfico 2 expone la distribución por edad de los comensales; donde el 61,4% de la muestra bordeaban los 26 a 35 años; mientras que 25%, bordeaban los 36 a 45 años, tan solo el 8% de los comensales tenían menos de 25 años de edad y el 5,7% superaban los 46 años.

Tabla 3: Distribución según el número de consumos en el Hotel Sol de Oro

CONSUMOS EN LOCAL		
	N	%
UNA VEZ	10	11,4%
DOS VECES	37	42,0%
DE 3 VECES A MAS	41	46,6%

Gráfico N°3: Representación porcentual del número de visitas de los comensales

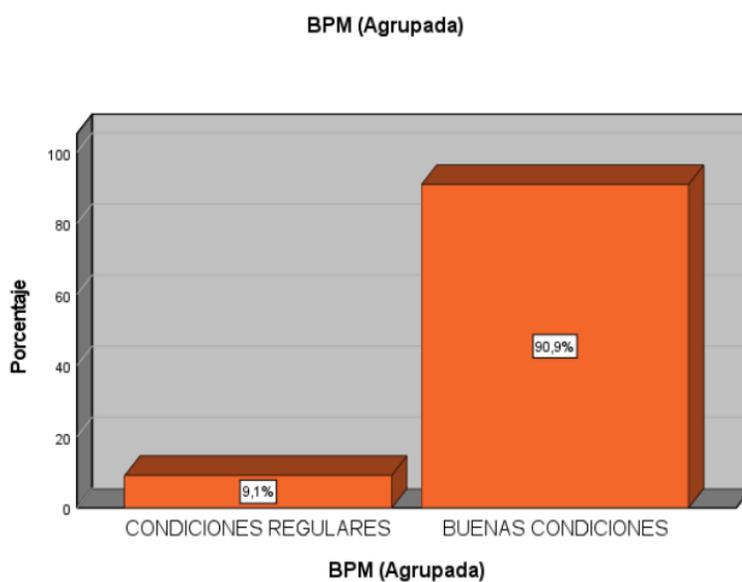


La tabla 3 y gráfico 3 presenta la distribución por número de visitas de los comensales; donde más del 46% de los comensales encuestados refirió haber visitado el servicio de alimentación de 3 veces a más, el 42% hizo 2 visitas hacia el momento de la encuesta y el 11.4% visitaba por primera vez el lugar.

Tabla 4: Evaluación de Buenas de Prácticas de Manufactura (BPM)

BPM (Agrupada)		
	N	%
CONDICIONES REGULARES	8	9,1%
BUENAS CONDICIONES	80	90,9%

Gráfico N°4: Representación porcentual de la evaluación BPM en el local



En la tabla 4 y gráfico 4 exhibe la distribución del resultado obtenido de la evaluación de aplicación de BPM en el servicio de alimentación. De esto, se tiene que un 9,1% de los comensales cree que el local se encuentra en condiciones regulares de aplicación de las BPM y un 90,9% percibe que el local se encuentra en buenas condiciones.

Tabla 5: Satisfacción del cliente con el servicio de alimentación

SATISFACCION		
	N	%
MALO	1	1,1%
REGULAR	39	44,3%
BUENO	47	53,4%
MUY BUENO	1	1,1%

Gráfico N°5: Representación porcentual de la satisfacción del cliente



En la tabla 5 y gráfico 5 se proyectan los resultados acerca del nivel de satisfacción que muestran los comensales. De estos un 1,1% califica su satisfacción como malo o muy bueno, el 44,3% ubica su satisfacción como regular y el 53,4% indica que su nivel de satisfacción con respecto al servicio es bueno.

## 4.2 Prueba de inferencia

Para calcular <sup>23</sup> el grado de relación entre las variables se recurrió al coeficiente de correlación de Spearman (Rho).

### <sup>7</sup> 4.2.1 Hipótesis general

H0: No existe relación significativa entre <sup>2</sup> las buenas prácticas de manipulación de alimentos y la satisfacción del cliente en el <sup>1</sup> Hotel Sol de Oro en el distrito de Cerro de Pasco, provincia de Pasco.

H1: Existe relación significativa entre <sup>4</sup> las buenas prácticas de manipulación de alimentos y la satisfacción del cliente tienen una relación significativa Media - Alta en el <sup>1</sup> Hotel Sol de Oro en el distrito de Cerro de Pasco, provincia de Pasco.

La relación de Spearman se evaluó usando la siguiente tabla:

Tabla 6: Tabla de Valores para Rho de Spearman

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
(-0,9 a -0,99)	Correlación negativa muy alta
(-0,7 a -0,89)	Correlación negativa alta
(-0,4 a -0,69)	Correlación negativa moderada
(-0,2 a -0,39)	Correlación negativa baja
(-0,01 a -0,19)	Correlación negativa muy baja
0	Nula
(0,01 a 0,19)	Correlación positiva muy baja
(0,2 a 0,39)	Correlación positiva baja
(0,4 a 0,69)	Correlación positiva moderada
(0,7 a 0,89)	Correlación positiva alta
(0,9 a 0,99)	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Tabla 7: Relación entre las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y la satisfacción del cliente en el servicio de alimentación del Hotel Sol de Oro en el distrito de Cerro de Pasco, provincia de Pasco.

**Correlaciones**

			BPM	SATISFACCION N
Rho de Spearman	BPM	Coefficiente de correlación	1,000	,521**
		Sig. (bilateral)	.	<,001
		N	88	88
	SATISFACCION	Coefficiente de correlación	,521**	1,000
		Sig. (bilateral)	<,001	.
		N	88	88

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

El coeficiente Rho de Spearman alcanzó el valor de 0,521, este expone que se da relación positiva moderada entre las 2 variables. Incluso, el p valor fue <0.001, en consecuencia, se rechazó la hipótesis de nulidad, por ende, la hipótesis alterna fue aceptada lo que permitió indicar que existe relación directa entre las BPM y la Satisfacción del cliente del Hotel Sol de Oro en el distrito de Cerro de Pasco, provincia de Pasco.

#### <sup>1</sup> 4.2.2 Hipótesis específicas:

##### 4.2.2.1 Hipótesis específica 1:

H0: No existe relación significativa entre el control de calidad del producto y la satisfacción del cliente en el Hotel Sol de Oro en el distrito de Cerro de Pasco, provincia de Pasco.

H1: Existe relación significativa entre el control de calidad del producto y la satisfacción del cliente en el Hotel Sol de Oro en el distrito de Cerro de Pasco, provincia de Pasco.

Tabla 8: Relación entre el control de calidad del producto y la satisfacción del cliente en el servicio de alimentación del Hotel Sol de Oro en el distrito de Cerro de Pasco, provincia de Pasco.

### Correlaciones

			CALIDAD PRODUCTO	SATISFACCION N
Rho de Spearman	CALIDAD PRODUCTO	Coefficiente de correlación	1,000	,429**
		Sig. (bilateral)	.	<,001
		N	88	88
	SATISFACCION	Coefficiente de correlación	,429**	1,000
		Sig. (bilateral)	<,001	.
		N	88	88

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

El coeficiente Rho de Spearman alcanzó el valor de 0,429, este expone que se da relación positiva moderada entre las 2 variables. Incluso, el p valor fue <0.001, en consecuencia, se rechazó la hipótesis de nulidad, por ende, la hipótesis alterna fue aceptada, lo que permitió indicar que existe relación directa con respecto a la Satisfacción del cliente y la calidad del producto ofrecido en el Hotel Sol de Oro en el distrito de Cerro de Pasco, provincia de Pasco.

#### 4.2.2.2 Hipótesis específica 2:

H0: No existe relación significativa entre la higiene de personal y la satisfacción del cliente en el Hotel Sol de Oro en el distrito de Cerro de Pasco, provincia de Pasco.

H1: Existe relación significativa entre la higiene de personal y la satisfacción del cliente en el Hotel Sol de Oro en el distrito de Cerro de Pasco, provincia de Pasco.

Tabla 9: Relación entre la limpieza de personal y la satisfacción del cliente en el servicio de alimentación del Hotel Sol de Oro en el distrito de Cerro de Pasco, provincia de Pasco.

#### Correlaciones

			HIGIENE DE PERSONAL	SATISFACCION N
Rho de Spearman	HIGIENE DE PERSONAL	Coefficiente de correlación	1,000	,431**
		Sig. (bilateral)	.	<,001
		N	88	88
	SATISFACCION	Coefficiente de correlación	,431**	1,000
		Sig. (bilateral)	<,001	.
		N	88	88

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

El coeficiente Rho de Spearman alcanzó el valor de 0,431, este expone que se da relación positiva moderada entre las 2 variables. Incluso, el p valor fue <0.001, en consecuencia, se rechazó la hipótesis de nulidad, por ende, la hipótesis alterna fue aceptada, lo que permitió indicar que aparece una relación directa entre la aplicación de higiene de personal y la Satisfacción del cliente del Hotel Sol de Oro en el distrito de Cerro de Pasco, provincia de Pasco.

## V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

El resultado del trabajo describe que acorde a la distribución por sexo de los comensales el 71,6% de la muestra estudiada fueron varones y 28,4% mujeres, de los cuales un 61,4% se encontraba en edades de 26 a 35 años; el 25%, mientras que 25% tenía de 36 a 45 años de edad, tan solo el 8% de los comensales tenían menos de 25 años de edad y el 5.7% superaban los 46 años. También se observó que más del 46% de los comensales encuestados refirió haber visitado el servicio de alimentación de 3 veces a más, el 42% hizo 2 visitas hacia el momento de la encuesta y el 11.4% visitó por primera vez el lugar.

En función a las buenas prácticas de manufactura los hallazgos conseguidos demuestran que hay un porcentaje alto de 90,9% que considera que el establecimiento mantiene *buenas condiciones* de funcionamiento debido a la observación de prácticas adecuadas. Esto resulta ser afín con el estudio realizado por Tito (2021), en el que se observó que un 57,6% presentaron prácticas adecuadas antes, un 83,2%, durante y un 60,8% después de la preparación. Lo que dejó como conclusión que existe buenos conocimientos y adecuadas prácticas de manufactura.

En otro trabajo realizado por Secce (2017) se pudo observar un resultado similar al que se obtuvo en este estudio, donde se encontró que, del grupo analizado, un 83% exhibió un nivel adecuado de comprensión. y aplicación de las BPM.

En la tesis elaborada por Moreno (2012), se menciona que la <sup>34</sup> satisfacción del consumidor en relación con la calidad del producto ofrecido se encuentra en un nivel regular a bueno. Este valor es similar al obtenido por la presente investigación en el que se menciona que el grado de satisfacción del cliente es regular a bueno teniendo un 39% y 47% de respuestas respectivamente.

Los resultados indican que existe un vínculo directo entre las variables buenas prácticas de manufactura y satisfacción del cliente, puesto que el valor Rho de Spearman supera los 0.5 estableciendo una relación positiva moderada y a su vez la prueba de inferencia desestimó la hipótesis de nulidad, en consecuencia, se aprobó la hipótesis alterna.

Dichos hallazgos tienen coherencia con el estudio realizado por Shaca (2018) en el que se observó que los procedimientos involucrados en <sup>4</sup> la manipulación de alimentos repercuten en la satisfacción del cliente. Por lo tanto, se llegó a la conclusión que una adecuada manipulación de alimentos es de alta importancia para los consumidores, lo que se refleja en la satisfacción y lealtad del consumidor.

Por otro lado, en el estudio realizado por Coz (2019), concluyó que acorde con el coeficiente de correlación que dio como resultado un valor de 0.687, se establece nivel de relación positivo moderado entre las BPM y la satisfacción del cliente. Lo que concuerda con los hallazgos conseguidos en este trabajo en la que el coeficiente de correlación de las variables estudiadas fue de 0,521 comprobándose que se observa <sup>1</sup> una correlación positiva moderada entre las variables.

El trabajo realizado por Terrones (2020) muestra que el 71,3% tiene un alto nivel de cumplimiento de las BPM y el 28,8% lo considera medio. Asimismo, el 57.5% de los clientes demostró un alto grado <sup>1</sup> de satisfacción, mientras que el 42.5% presentaba un nivel medio de satisfacción. Estos datos resultan ser afines con la presente investigación debido a que un porcentaje alto de la muestra estudiada (90,9%) percibe que el establecimiento se encuentra en buenas condiciones de funcionamiento y aplicación de las BPM y un 47% describe un nivel bueno de satisfacción con respecto al servicio. Al establecer el coeficiente de correlación de las variables se constató que sí existe nexo significativo, debido al resultado de 0,712 y esto concuerda con el coeficiente obtenido para las mismas variables en este trabajo (0,521).

## VI. CONCLUSIONES

La investigación establece una correlación positiva moderada entre las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y la satisfacción del cliente en el Hotel Sol de Oro, Distrito de Cerro de Pasco departamento de Pasco, Perú, en 2023. Esta conclusión se basa en el resultado del coeficiente Rho de Spearman, que fue de 0.521. El p valor fue  $<0.001$ , nos permitió respaldar la hipótesis alterna propuesta como finalidad de este estudio, confirmando un vínculo directo entre las BPM y la satisfacción del cliente en el Hotel Sol de Oro.

Al abordar los objetivos específicos, el primero buscaba obtener la relación entre la calidad del producto y la satisfacción del cliente en el Hotel Sol de Oro. El coeficiente Rho de Spearman arrojó el valor de 0.429, exponiendo una relación positiva moderada entre estas variables. El p valor fue  $<0.001$  nos permitió aceptar la hipótesis alternativa, confirmando la relación directa.

De manera similar, el segundo objetivo específico se centró en examinar la correlación entre la higiene del personal y la satisfacción del cliente. El coeficiente Rho de Spearman para este objetivo fue de 0.431, demostrando una correlación positiva moderada. El nivel de significancia, nuevamente  $<0.001$ , respaldó la aceptación de la hipótesis alternativa, indicando una relación directa entre la higiene del personal y la satisfacción del cliente en el Hotel Sol de Oro, Distrito de Cerro de Pasco, Perú, en 2023.

## **VII. RECOMENDACIONES**

Se sugiere desplegar investigaciones, en otros servicios de alimentación que se basen en los objetivos del presente trabajo, con el fin de identificar similitudes o disparidades en comparación con los resultados obtenidos.

Recomendamos la implementación de programas de capacitación continua y un monitoreo constante, con el propósito de elevar la satisfacción de los comensales y garantizar la adecuada aplicación de las BPM.

Se alienta a la realización de más investigaciones relacionadas con el tema abordado en este estudio.

# 2A-RELACIÓN ENTRE LAS BUENAS PRÁCTICAS DE MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL HOTEL SOL DE ORO, DISTRITO DE CERRO DE PASCO - PERÚ 2023

## INFORME DE ORIGINALIDAD

15%

INDICE DE SIMILITUD

15%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1 [repositorio.ucv.edu.pe](https://repositorio.ucv.edu.pe) Fuente de Internet 4%

2 [repositorio.udh.edu.pe](https://repositorio.udh.edu.pe) Fuente de Internet 2%

3 [repositorio.unfv.edu.pe](https://repositorio.unfv.edu.pe) Fuente de Internet 1%

4 [core.ac.uk](https://core.ac.uk) Fuente de Internet 1%

5 [1library.co](https://1library.co) Fuente de Internet 1%

6 [repositorio.usmp.edu.pe](https://repositorio.usmp.edu.pe) Fuente de Internet 1%

7 [repositorio.utesup.edu.pe](https://repositorio.utesup.edu.pe) Fuente de Internet <1%

8 [es.scribd.com](https://es.scribd.com) Fuente de Internet <1%

9	<a href="http://repositorio.unap.edu.pe">repositorio.unap.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
10	<a href="http://cybertesis.unmsm.edu.pe">cybertesis.unmsm.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
11	<a href="http://www.urp.edu.pe">www.urp.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
12	<a href="http://www.revista.ccba.uady.mx">www.revista.ccba.uady.mx</a> Fuente de Internet	<1 %
13	<a href="http://repositorio.uladech.edu.pe">repositorio.uladech.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
14	<a href="http://www.clubensayos.com">www.clubensayos.com</a> Fuente de Internet	<1 %
15	<a href="http://onlinelibrary.wiley.com">onlinelibrary.wiley.com</a> Fuente de Internet	<1 %
16	<a href="http://repositorio.ucss.edu.pe">repositorio.ucss.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
17	<a href="http://repositorio.uta.edu.ec">repositorio.uta.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
18	<a href="http://www.dspace.uce.edu.ec">www.dspace.uce.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
19	<a href="http://www.sela.org">www.sela.org</a> Fuente de Internet	<1 %
20	<a href="http://repositorio.upao.edu.pe">repositorio.upao.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %

21	<a href="http://scielo.iics.una.py">scielo.iics.una.py</a> Fuente de Internet	<1 %
22	<a href="http://repositorio.uwiener.edu.pe">repositorio.uwiener.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
23	<a href="http://renati.sunedu.gob.pe">renati.sunedu.gob.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
24	<a href="http://www.goconqr.com">www.goconqr.com</a> Fuente de Internet	<1 %
25	Submitted to Universidad Nacional del Centro del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
26	<a href="http://alicia.concytec.gob.pe">alicia.concytec.gob.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
27	<a href="http://tecnosolucionescr.net">tecnosolucionescr.net</a> Fuente de Internet	<1 %
28	<a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Fuente de Internet	<1 %
29	Submitted to Universidad Andina del Cusco Trabajo del estudiante	<1 %
30	<a href="http://es.hmongwiki.com">es.hmongwiki.com</a> Fuente de Internet	<1 %
31	<a href="http://repositorio.unsa.edu.pe">repositorio.unsa.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
32	<a href="http://sedici.unlp.edu.ar">sedici.unlp.edu.ar</a> Fuente de Internet	<1 %

<1 %

33

[rionegro.gov.co](http://rionegro.gov.co)

Fuente de Internet

<1 %

34

[tesis.usat.edu.pe](http://tesis.usat.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

35

[www.scribd.com](http://www.scribd.com)

Fuente de Internet

<1 %

36

[bibliotecadigital.udea.edu.co](http://bibliotecadigital.udea.edu.co)

Fuente de Internet

<1 %

37

[pesquisa.bvsalud.org](http://pesquisa.bvsalud.org)

Fuente de Internet

<1 %

38

[www.mdpi.com](http://www.mdpi.com)

Fuente de Internet

<1 %

39

[www.uanl.mx](http://www.uanl.mx)

Fuente de Internet

<1 %

40

[docplayer.es](http://docplayer.es)

Fuente de Internet

<1 %

41

[moam.info](http://moam.info)

Fuente de Internet

<1 %

42

[repositorio.unsaac.edu.pe](http://repositorio.unsaac.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

43

[repositorio.ups.edu.pe](http://repositorio.ups.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

44	<a href="http://search.bvsalud.org">search.bvsalud.org</a> Fuente de Internet	<1 %
45	<a href="http://www.cepis.org.pe">www.cepis.org.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
46	<a href="http://www.pdf.obrasocial.comunicacions.com">www.pdf.obrasocial.comunicacions.com</a> Fuente de Internet	<1 %
47	<a href="http://www.przetargi.info">www.przetargi.info</a> Fuente de Internet	<1 %
48	<a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Fuente de Internet	<1 %
49	<b>Submitted to Universidad Cesar Vallejo</b> Trabajo del estudiante	<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Activo