



**Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión**

Facultad de Ingeniería Pesquera

Escuela Profesional de Ingeniería Pesquera

Calidad de los servicios en la comercialización de recursos hidrobiológicos en el Mercado

Municipal de Abastos Chancay, 2023

Tesis

Para optar el Título Profesional de Ingeniero Pesquero

Autoras

Kimberlyn Lizbeth Blas Salinas

Wendy Akemi Samanamú Zevallos

Asesor

Msc. Benigno Félix Dueñas Sánchez

Huacho – Perú

2024



### **Reconocimiento – No comercial – Sin Derivadas – Sin restricciones adicionales**

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

**Reconocimiento:** Debe otorgar el crédito correspondiente, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaron cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de ninguna manera que sugiera que el licenciante lo respalda a usted o su uso. **No Comercial:** No puede utilizar el material con fines comerciales. **Sin Derivadas:** Si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado. **Sin restricciones adicionales:** No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros de hacer cualquier cosa que permita la licencia.



# UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN LICENCIADA

(Resolución de Consejo Directivo N° 012-2020-SUNEDU/CD de fecha 27/01/2020)

Facultad de Ingeniería Pesquera

Escuela Profesional de Ingeniería Pesquera

## INFORMACIÓN

| <b>DATOS DEL AUTOR (ES):</b>  |            |                              |
|---|------------|------------------------------|
| <b>NOMBRES Y APELLIDOS</b>  | <b>DNI</b> | <b>FECHA DE SUSTENTACIÓN</b> |
| Samanamú Zevallos Wendy Akemi   | 73135542   | 03 de Abril del 2024         |
| Blas Salinas Kimberlyn Lizbeth  | 71343683   | 03 de Abril del 2024         |
| <b>DATOS DEL ASESOR:</b>  |            |                              |
| <b>NOMBRES Y APELLIDOS</b>  | <b>DNI</b> | <b>CÓDIGO ORCID</b>          |
| Msc. Benigno Félix Dueñas Sánchez   | 15584447   | 0000-0001-6115-1601          |
| <b>DATOS DE LOS MIEMBROS DE JURADOS – PREGRADO/POSGRADO-MAESTRÍA-DOCTORADO:</b> |            |                              |
| <b>NOMBRES Y APELLIDOS</b>  | <b>DNI</b> | <b>CÓDIGO ORCID</b>          |
| Dr. Fidel Alberto Reyes Ulfe  | 15632620   | 0000-0002-2737-0357          |
| Mtro. Jose del Carmen Cuellar Reyes   | 15581946   | 0000-0002-7321-1664          |
| Mtra. Maria Melitta Hurtado Zamora  | 17801831   | 0009-0006-3651-1648          |

# Calidad de los servicios en la comercialización de recursos hidrobiológicos en el mercado municipal de abastos Chancay, 2023"

## INFORME DE ORIGINALIDAD



## FUENTES PRIMARIAS

|   |  |     |
|---|--|-----|
| 1 | <a href="http://intranet.cip.org.pe">intranet.cip.org.pe</a><br>Fuente de Internet           | 1%  |
| 2 | <a href="http://repositorio.unjbg.edu.pe">repositorio.unjbg.edu.pe</a><br>Fuente de Internet | 1%  |
| 3 | Submitted to Universidad Nacional Jose Faustino Sanchez Carrion<br>Trabajo del estudiante    | 1%  |
| 4 | <a href="http://repositorio.utn.edu.ec">repositorio.utn.edu.ec</a><br>Fuente de Internet     | 1%  |
| 5 | <a href="http://doczz.es">doczz.es</a><br>Fuente de Internet                                 | 1%  |
| 6 | <a href="http://repositorio.unac.edu.pe">repositorio.unac.edu.pe</a><br>Fuente de Internet   | 1%  |
| 7 | Submitted to Universidad TecMilenio<br>Trabajo del estudiante                                | <1% |
| 8 | <a href="http://repositorio.uea.edu.ec">repositorio.uea.edu.ec</a><br>Fuente de Internet     | <1% |

**UNIVERSIDAD NACIONAL  
JOSÉ FAUSTINO SANCHEZ CARRIÓN  
FACULTAD DE INGENIERIA PESQUERA**

**TITULO**

**Calidad de los servicios en la comercialización de recursos hidrobiológicos en  
el Mercado Municipal de Abastos Chancay, 2023**

**Autoras:**

Wendy Akemi Samanamú Zevallos

Kimberlyn Lizbeth Blas Salinas

**Asesor:**

Msc. Benigno Félix Dueñas Sánchez

## MIEMBROS DEL JURADO Y ASESOR



---

Dr. Fidel Alberto Reyes Ulfe

**Presidente**



Mg. Ing. José del Carmen Cuellar Reyes  
CIP N° 24741 / RUC: 10155819460

---

Mtro. Jose Del Carmen Cuellar Reyes

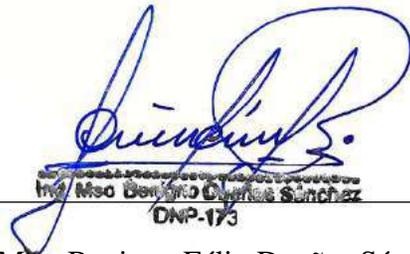
**Vocal**



---

Mtra. Maria Melitta Hurtado Zamora

**Vocal**



Msc. Benigno Félix Dueñas Sánchez  
DNP-173

---

Msc. Benigno Félix Dueñas Sánchez

**Asesor**

## DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a Dios por permitirme alcanzar esta meta profesional, a mis padres Edgar y Esther por estar presentes en todo momento de manera incondicional, a mi hermano Diego por estar siempre presente para mí y a todos los que aportaron para alcanzar este objetivo.

Kimberlyn Lizbeth Blas Salinas

Dedico esta investigación en memoria de mi padre, Ramón, quien es mi inspiración y motivo en mi desarrollo profesional. A mi madre, Mirtha, por demostrarme su cariño y fortaleza en todo el trayecto para desarrollar mi trabajo, y a mis hermanas Carmen y Liset por ser mis confidentes, apoyo y ejemplo de superación. A ustedes por siempre mi corazón y agradecimiento.

Wendy Akemi Samanamu Zevallos

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradecemos a nuestro asesor el Msc. Benigno Félix Sánchez Dueñas, por aceptar ser parte de esta investigación y acompañarnos en el camino. Y a los docentes de la prestigiosa Facultad de Ingeniería pesquera que ayudaron en nuestra formación profesional.

Agradecemos también a los comerciantes del Mercado Municipal de Abastos de Chancay que nos recibieron hospitalariamente y respondieron a nuestras preguntas para poder concluir con nuestra investigación.

Kimberlyn Blas y Wendy Samanamú.

## INDICE

|  |     |
|--|-----|
| DEDICATORIA                                  | I   |
| AGRADECIMIENTOS                              | II  |
| INDICE                                       | III |
| RESUMEN                                      | XII |
| ABSTRAC                                      | XIV |
| INTRODUCCION                                 | XVI |
| CAPÍTULO I                                   | 1   |
| PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA                   | 1   |
| 1.1. Descripción de la realidad problemática | 1   |
| 1.2. Formulación del problema                | 3   |
| 1.2.1. Problema general                      | 3   |
| 1.2.2. Problemas específicos                 | 3   |
| 1.3. Objetivos de la investigación           | 3   |
| 1.3.1. Objetivo general                      | 3   |
| 1.3.2. Objetivos específicos                 | 3   |
| 1.4. Justificación de la investigación       | 4   |
| 1.5. Delimitación del estudio                | 5   |
| CAPÍTULO II                                  | 6   |
| MARCO TEÓRICO                                | 6   |

|  |           |
|--|-----------|
| 2.1. Antecedentes de la investigación            | 6         |
| 2.1.1. Investigaciones internacionales           | 6         |
| 2.1.2. Investigaciones nacionales                | 7         |
| 2.2. Bases teóricas                              | 10        |
| 2.3. Bases filosóficas                           | 21        |
| 2.4. Definición de términos básicos              | 22        |
| 2.5. Operacionalización de las variables         | 24        |
| <b>CAPÍTULO III</b>                              | <b>25</b> |
| <b>METODOLOGÍA</b>                               | <b>25</b> |
| 3.1. Diseño metodológico                         | 25        |
| 3.2. Población y muestra                         | 25        |
| 3.3. Técnica de recolección de datos             | 26        |
| 3.4. Técnicas de procesamiento de la información | 26        |
| <b>CAPÍTULO IV</b>                               | <b>28</b> |
| 4.1. Análisis de resultados                      | 28        |
| <b>CAPÍTULO V</b>                                | <b>82</b> |
| <b>DISCUSIÓN</b>                                 | <b>82</b> |
| 5.1. Discusión de resultados                     | 82        |
| <b>CAPÍTULO VI</b>                               | <b>86</b> |
| <b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>            | <b>86</b> |

|  |     |
|--|-----|
| 6.1. Conclusiones  | 86  |
| 6.2. Recomendaciones   | 87  |
| CAPÍTULO VII   | 88  |
| REFERENCIAS  | 88  |
| 7.1. Fuentes documentales  | 88  |
| 7.2. Fuentes bibliográficas  | 89  |
| 7.3. Fuentes hemerográficas  | 91  |
| 7.4. Fuentes electrónicas  | 91  |
| ANEXO A  | 94  |
| ANEXO 1: Instrumento de recolección de datos                             | 95  |
| ANEXO 2: Modelo de Matriz del instrumento de recolección de datos. (X-Y) | 97  |
| ANEXO 3: Check List - Control de Inocuidad                               | 98  |
| ANEXO 4: Validación de instrumento                                       | 99  |
| ANEXO B  | 100 |

## INDICE DE TABLAS

|          |   |    |
|----------|---|----|
| Tabla 1  | Resultados de encuesta de la infraestructura                                    | 30 |
| Tabla 2  | Resultados de encuesta de satisfacción de instalaciones                         | 32 |
| Tabla 3  | Resultados de encuesta de limpieza y estado de pisos, paredes y canaletas       | 37 |
| Tabla 4  | Resultados de encuesta del estado de los techos                                 | 39 |
| Tabla 5  | Resultados de encuesta de las instalaciones eléctricas                          | 42 |
| Tabla 6  | Resultados de encuesta sobre la satisfacción con respecto a las instalaciones   | 44 |
| Tabla 7  | Resultados de encuesta del uso de indumentarias                                 | 47 |
| Tabla 8  | Resultados de encuesta sobre la importancia del aseo person                     | 50 |
| Tabla 9  | Resultados de encuesta del correcto lavado de manos                             | 52 |
| Tabla 10 | Resultados de encuesta de las buenas prácticas de manipuleo                     | 54 |
| Tabla 11 | Resultados de encuesta sobre conocimiento de calidad de productos               | 56 |
| Tabla 12 | Resultados de encuesta con relación a la cualidad de frescura                   | 58 |
| Tabla 13 | Resultados de encuesta con respecto a la frescura                               | 60 |
| Tabla 14 | Tabla organoléptica de Wittfogel  | 62 |
| Tabla 15 | Tabla organoléptica de la lorna   | 64 |
| Tabla 16 | Tabla organoléptica de corvina  | 65 |
| Tabla 17 | Tabla organoléptica de la caballa   | 66 |
| Tabla 18 | Resultados de encuesta con respecto a la presentación de los productos          | 68 |
| Tabla 19 | Resultados de encuesta la frecuencia de compra de recursos hidrobiológicos      | 70 |
| Tabla 20 | Resultados de encuesta de preferencia de productos en el mercado de Chancay     | 72 |
| Tabla 21 | Resultados de encuesta de comercialización de productos adecuados a su economía | 74 |
| Tabla 22 | Resultados de encuesta de variedad de recursos                                  | 77 |
| Tabla 23 | Resultados de encuesta de variedad de productos hidrobiológicos                 | 79 |

## INDICE DE FIGURAS

|   |    |
|---|----|
| Figura 1. Croquis de la distribución del mercado Municipal de Abastos Chancay. ....                                   | 28 |
| Figura 2. Croquis de la distribución, sección expendios de productos hidrobiológicos. ....                            | 29 |
| Figura 3. Interpretación en barras en relación al reconocer el tipo de infraestructura. ....                          | 30 |
| Figura 4. Interpretación en relación al reconocer el tipo de infraestructura. ....                                    | 31 |
| Figura 5. Instalaciones. ....   | 32 |
| Figura 6. Interpretación en barras en relación a la satisfacción de los comerciantes frente a las instalaciones. .... | 33 |
| Figura 7. Interpretación en relación a la satisfacción de los comerciantes frente a las instalaciones. ....           | 33 |
| Figura 8. Pisos del área. ....  | 35 |
| Figura 9. Canaletas de los puestos. ....  | 35 |
| Figura 10. Limpieza del suelo en el área de trabajo. ....   | 36 |
| Figura 11. Interpretación en barras en relación al estado y limpieza en pisos, paredes ....                           | 37 |
| Figura 12. Interpretación circular en relación al estado y limpieza en pisos, paredes y canaletas. ....               | 38 |
| Figura 13. Infraestructura del techo. ....  | 39 |
| Figura 14. Interpretación en barras en relación al estado del techo. ....   | 40 |
| Figura 15. Interpretación circular en relación al estado del techo ....   | 40 |
| Figura 16. Instalaciones eléctricas. ....   | 41 |

|  |    |
|--|----|
| Figura 17. Interpretacion de barras en relación con la seguridad y señalizacion de las intalaciones electricas. .... | 42 |
| Figura 18. Interpretación circular en relación con la seguridad y señalizacion de las instalaciones electricas. .... | 43 |
| Figura 19. Interpretación en barras en relación con la comodidad del cliente. ....                                   | 44 |
| Figura 20. Interpretación circular en relación con la seguridad y señalización de las instalaciones eléctricas. .... | 45 |
| Figura 21. Indumentaria de los comerciantes .....  | 47 |
| Figura 22. Interpretación de barras en relación al correcto uso de indumentaria. ....                                | 48 |
| Figura 23. Interpretación circular en relación al correcto uso de indumentaria. ....                                 | 48 |
| Figura 24. Comerciante con uñas sucias.....  | 49 |
| Figura 25. Comerciante con cabello suelto y contaminación cruzada con el periódico. ....                             | 50 |
| Figura 26. Interpretación en barras con relación de la importancia de la higiene .....                               | 51 |
| Figura 27. Interpretación circular con relación de la importancia de la higiene.....                                 | 51 |
| Figura 28. Interpretación en barras en relación con el correcto lavado de manos.....                                 | 52 |
| Figura 29. Interpretación circular en relación con el apropiado aseo de manos.....                                   | 53 |
| Figura 30. Interpretación en barras en relación con el conocimiento de BPM.....                                      | 55 |
| Figura 31. Interpretación circular en relación con el conocimiento de BPM. ....                                      | 55 |
| Figura 32. Interpretación de barras en relación con calidad de producto. ....  | 56 |
| Figura 33. Interpretación circular en conexión con calidad de producto.....  | 57 |

|  |    |
|--|----|
| Figura 34. Interpretación de barras con relación a la importancia de la fresca. ....                                 | 59 |
| Figura 35. Interpretación circular con relación a la importancia de la fresca. ....                                  | 59 |
| Figura 36. Interpretación en barra en relación a la fresca del pescado.....  | 60 |
| Figura 37. Interpretación circular en relación a la fresca del pescado. ....   | 61 |
| Figura 38. Presentación del comercio de productos hidrobiológicos. ....  | 67 |
| Figura 39. Exhibición de la venta de recursos hidrobiológicos. ....  | 67 |
| Figura 40. Interpretación en barras en relación a la importación de la presentación del recurso hidrobiológico. .... | 68 |
| Figura 41. Interpretación circular en relación a la importancia de la presentación del recurso hidrobiológico. ....  | 69 |
| Figura 42. Interpretación en barras con relación a la frecuencia de compra de pescado.....                           | 70 |
| Figura 43. Interpretación circular con relación a la frecuencia de compra de pescado. ....                           | 71 |
| Figura 44. Interpretación en barras en relación a la preferencia por pescado frente a otros productos.....           | 72 |
| Figura 45. Interpretación circular en relación a la preferencia por pescado frente a otros productos .....           | 73 |
| Figura 46. Interpretación en barras en relación comercialización – economía.....                                     | 74 |
| Figura 47. Interpretación circular en relación comercialización – economía. ....                                     | 75 |
| Figura 48. Variedad de recursos hidrobiológicos. ....  | 76 |
| Figura 49. Venta de productos hidrobiológicos.....   | 77 |

|  |     |
|--|-----|
| Figura 50. Interpretación en barras en relación a la variedad de consumo de recursos hidrobiológicos. .... | 78  |
| Figura 51. Interpretación circular en relación a la variedad de consumo de recursos hidrobiológicos. ....  | 78  |
| Figura 52. Interpretación en barras en relación a la satisfacción de variedad de venta de pescado .....    | 80  |
| Figura 53. Interpretación circular en relación a la satisfacción de variedad de venta de pescado           | 80  |
| Figura 54. Pisos y canaletas de los puestos de venta. ....   | 101 |
| Figura 55. Puestos de venta .....  | 102 |
| Figura 56. Distribución y pasadizo de la zona de venta de pescados. ....                                   | 103 |
| Figura 57. Entrevista a comerciantes. ....   | 104 |
| Figura 58. Entrevista a comerciantes. ....   | 105 |
| Figura 59. Entrevista a comerciantes. ....   | 106 |
| Figura 60. Entrevista a comerciantes. ....   | 107 |
| Figura 61. Entrevista a comerciantes. ....   | 108 |
| Figura 62. Entrevista a comerciantes. ....   | 109 |
| Figura 63. Entrevista a comerciantes0 .....  | 110 |
| Figura 64. Análisis de la técnica de exposición y comercialización.....                                    | 111 |
| Figura 65. Evaluación sensorial de 3 diferentes tipos de pescados. ....                                    | 112 |
| Figura 66. Evaluación sensorial de 3 tipos de recursos hidrobiológicos. ....                               | 112 |

|   |     |
|---|-----|
| Figura 67. Evaluación sensorial a través del sentido del tacto. ....            | 113 |
| Figura 68. Evaluación sensorial a través del sentido de la vista.....           | 113 |
| Figura 69. Recursos hidrobiológicos empleados para la evaluación sensorial..... | 114 |
| Figura 70. Cavidad abdominal del recurso hidrobiológico.....                    | 115 |

## RESUMEN

Este estudio tuvo lugar en el Mercado Municipal de Abastos de Chancay, enfocándose específicamente en la sección dedicada a la venta de productos hidrobiológicos. El objetivo principal fue evaluar la calidad de los servicios ofrecidos en la comercialización de estos recursos en el mencionado mercado durante el año 2023.

Por lo cual se tomó en cuenta aspectos como la calidad de su infraestructura, la calidad en la manipulación de los recursos hidrobiológicos por parte de los comerciantes, la calidad del producto y como se ofrece.

El proyecto es una investigación descriptiva, ya que describe de manera detallada los aspectos a considerar para generalizar la calidad de la comercialización de un recurso hidrobiológico. El método empleado fue la observación, como instrumentos se usaron las encuestas y celulares que a su vez guardaban información y servían para a través de fotografías plasmar la realidad de los espacios y de lo que sucede en el lugar de investigación, lo que permite una mejor explicación y comprensión.

Al finalizar la investigación se pudo llegar a la deducción que es alcanzable identificar la calidad de los servicios en la comercialización de recursos hidrobiológicos en el mercado Municipal de abastos Chancay, 2023, donde se clasifica la calidad del servicio como intermedia.

Se evidencia en el 90% de comerciantes satisfechos con la infraestructura donde realizan sus actividades, sin embargo, existe falta de mantenimiento y aspectos que se pueden mejorar.

Existe una falta de responsabilidad y capacitaciones por ello no se cumple con un buen manejo de las BPM, donde el 80% de comerciantes reconoce no usar su indumentaria, el 15% admite solo usarlo a veces y solo el 5% de ellos estaría comprometido con seguir las BPM.

Mediante análisis organoléptico fue posible identificar la calidad del producto en la comercialización de recursos hidrobiológicos en el mercado Municipal de abastos Chancay, donde se evidencia la frescura de los productos con calificaciones de *Muy bueno* y *bueno*. Además, los comerciantes revelan que comercializan variedades de recursos hidrobiológicos y el 70% de ellos siente que sus productos se adecuan a la economía de los consumidores.

**Palabras clave:** Mercado Municipal de Abastos, calidad de servicios, infraestructura, buenas prácticas de manipulación, calidad de producto.

## ABSTRAC

This study took place in the Municipal Food Market of Chancay, focusing specifically on the section dedicated to the sale of hydrobiological products. The main objective was to evaluate the quality of the services offered in the commercialization of these resources in the aforementioned market during the year 2023.

Therefore, aspects such as the quality of its infrastructure, the quality of the manipulation of hydrobiological resources by merchants, the quality of the product and how it is offered were taken into account.

The project is descriptive, since it describes in detail the aspects to be considered to generalize the quality of the commercialization of a hydrobiological resource. The method used was observation, surveys and cell phones were used as instruments, which in turn stored information and served to capture the reality of the spaces and what happens in the research place through photographs, which allows a better. Explanation and understanding.

At the end of the investigation, it was possible to reach the deduction that it is possible to identify the quality of the services in the commercialization of hydrobiological resources in the Municipal supply market Chancay, 2023, where the quality of the service is classified as intermediate.

It is evident in 90% of merchants satisfied with the infrastructure where they carry out their activities, however, there is a lack of maintenance and aspects that can be improved.

There is a lack of responsibility and training, which is why good management of GMP is not met, where 80% of merchants admit not to use their clothing, 15% admit to only wearing it sometimes and only 5% of them would be committed to follow the BPM.

Through organoleptic analysis it was possible to identify the quality of the product in the commercialization of hydrobiological resources in the Chancay Municipal supply market, where the freshness of the products with ratings of very good and good is evident. In addition, traders reveal that they sell varieties of hydrobiological resources and 70% of them feel that their products adapt to the consumers' economy.

**Keywords:** Municipal Supply Market, quality of services, infrastructure, good handling practices, product quality.

## INTRODUCCION

El uso de recursos hidrobiológicos de forma directa es frecuente en el Perú, y el distrito de Chancay no es una excepción. Es por eso que emerge la idea de investigar la calidad de los servicios relacionados con la comercialización de estos recursos para el consumo humano directo en el Mercado Municipal de Abastos de Chancay. Este mercado es el tema de estudio de la presente tesis.

El objetivo de esta investigación fue determinar la calidad de los servicios ofrecidos en la comercialización de recursos hidrobiológicos en el Mercado Municipal de Abastos de Chancay, además de conocer el estado en el que se encuentra y los estándares con los que cuenta, tanto el Mercado como elemento tangible y las prácticas de los comerciantes como elemento intangible, lo cual nos llevara a conocer la calidad de todo el servicio en general.

Lo que se logró encontrar en la investigación permite concluir que el Mercado Municipal de Abastos de Chancay tiene una infraestructura que cumple los estándares requeridos por la normativa, pero hace falta mantenimiento y capacitación de los participantes para que se cumplan bien las normativas vigentes, como el D.S. 040-2001-PE, además hay guías que nos pueden orientar para el correcto desarrollo de actividades como la Guía de Mercados de Abastos que nos brinda DIGESA, 2000. Es importante destacar la falta de capacitación en el tema de manipulación de recursos hidrobiológicos como un hallazgo significativo. Esto indica que existe una necesidad de mejorar la formación y capacitación del personal involucrado en la comercialización de estos productos en el Mercado Municipal de Abastos de Chancay. Al abordar esta falta de capacitación, se puede contribuir a mejorar la calidad del servicio ofrecido en términos generales y, al mismo tiempo, promover prácticas seguras y sanitarias en la manipulación de los recursos hidrobiológicos.

# CAPÍTULO I

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1. Descripción de la realidad problemática

La definición de Albrecht (2005) sobre la calidad de los servicios destaca la importancia de las características, información y acciones que contribuyen a mejorar la calidad percibida por el cliente. Según esta definición, la calidad de los servicios no se limita únicamente a la entrega del servicio en sí, sino que también implica aspectos como la comunicación, la transparencia y la satisfacción de las necesidades del cliente para maximizar el valor percibido. Este enfoque reconoce la complejidad inherente a la prestación de servicios y subraya la importancia de proporcionar una experiencia positiva y satisfactoria al cliente.

Considerando esto, la comercialización de los recursos hidrobiológicos debería de acomodarse a estas definiciones, además, Alcalde (2010). Asegura que, en la actualidad, la entrega de un producto ya no se concibe sin la incorporación del valor añadido de un servicio de calidad.

Por tanto, respaldar la Norma ISO 9001 implica la necesidad fundamental de contar con el personal idóneo para establecer y ejecutar el sistema de gestión de calidad, así como para supervisar y mantener el control sobre los procesos operativos.

Evaluar la calidad en los servicios requiere generar conciencia por parte de todos los que participan en la comercialización, pues la calidad al brindar el servicio llega a ser más compleja que la calidad del producto, tal como lo describen (Gadotti y França, 2009, p.176). La evaluación de la calidad en los servicios se ve dificultada debido a la naturaleza intangible, la heterogeneidad, la inseparabilidad entre producción y consumo, así como el carácter perecedero de los servicios. Esta complejidad hace que sea necesario evaluar tanto los resultados obtenidos por la prestación del servicio como el propio proceso de prestación.

Considerando lo expuesto, se incorpora la calidad de los servicios en la comercialización de recursos hidrobiológicos en el mercado, pues se debe resaltar la necesidad de un cambio y sensibilización, brindando nuevos conocimientos y actitudes a quienes participan en esta actividad. En consecuencia, buscar soluciones y una mejora continua a los problemas que se suscitan durante el servicio de comercialización de recursos hidrobiológicos en mercados.

Se plantea abordar estos nuevos conocimientos de manera distinta, considerando los aprendizajes empíricos de los involucrados en la comercialización de recursos hidrobiológicos, para así encaminarnos y fortalecer la mejora continua del servicio.

En el mercado de abastos de Chancay se brinda el servicio de comercialización de recursos hidrobiológicos para consumo humano directo, sin embargo, esta actividad se viene desarrollando de manera empírica y si bien se ha ido intentando mejorar la calidad de los servicios, aún se encuentran carencias y deficiencias.

Tanto la municipalidad de Chancay como el mercado de abastos no cuentan con un profesional permanente que supervisa constantemente la calidad de los servicios al comercializar recursos hidrobiológicos de consumo humano directo.

El personal encargado de comercializar los recursos hidrobiológicos no tiene la indumentaria adecuada para ofrecer higiene e inocuidad en sus productos, suelen usar solo mandiles, pero no usan guantes, tocas, ni guardapolvos.

La infraestructura a pesar de ser moderna, contar con agua potable y canaletas, aún tiene deficiencias como la falta de techos, separadores, o vidrios que impidan el contacto de las plagas (moscas) con los recursos hidrobiológicos, generando así contaminación al producto.

Además, se practica muy poco la conservación con frío o hielo, manteniendo los recursos a la intemperie, lo cual produce un deterioro más acelerado reduciendo así la vida útil del recurso.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿Cómo es la calidad de los servicios en la comercialización de recursos hidrobiológicos en el mercado municipal de abastos Chancay, 2023?

### **1.2.2. Problemas específicos**

#### ***1.2.2.1. Problema específico 1***

¿Cómo es la calidad de la infraestructura en la comercialización de recursos hidrobiológicos en el mercado Municipal de abastos Chancay, 2023?

#### ***1.2.2.2. Problema específico 2***

¿Cómo es la calidad de manipuleo en la comercialización de recursos hidrobiológicos en el mercado Municipal de abastos Chancay, 2023?

#### ***1.2.2.3. Problema específico 3***

¿Cómo es la calidad del producto en la comercialización de recursos hidrobiológicos en el mercado Municipal de abastos Chancay, 2023?

## **1.3. Objetivos de la investigación**

### **1.3.1. Objetivo general**

Identificar la calidad de los servicios en la comercialización de recursos hidrobiológicos en el mercado Municipal de abastos Chancay, 2023.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

#### ***1.3.2.1. Objetivo específico 1***

Identificar la calidad de la infraestructura en la comercialización de recursos hidrobiológicos en el mercado Municipal de abastos Chancay, 2023.

### ***1.3.2.2. Objetivo específico 2***

Identificar la calidad de manipuleo en la comercialización de recursos hidrobiológicos en el mercado Municipal de abastos Chancay, 2023.

### ***1.3.2.3. Objetivo específico 3***

Identificar la calidad del producto en la comercialización de recursos hidrobiológicos en el mercado Municipal de abastos Chancay, 2023.

## **1.4. Justificación de la investigación**

Tomamos el tema calidad de los servicios en la comercialización de recursos hidrobiológicos en el Mercado de Abasto de Chancay porque es necesario conocer e identificar la realidad en la que se encuentran todos los aspectos relacionados a esta actividad, que involucra no solo al sector pesquero, sino que, a partir de esta actividad lucrativa se abarca una mayor población, como lo son los consumidores, quienes son los beneficiarios de los productos que se brindan en dicho mercado.

El fin por el cual se realizó esta investigación es que, al conocer e identificar fortalezas y debilidades de los servicios brindados en la comercialización de recursos hidrobiológicos en el Mercado Municipal de Abastos de Chancay se pudo generar conciencia y cambios de actitudes en todos los involucrados en esta actividad, generando soluciones que permitan brindar un mejor servicio y se trabaje la mejora continua en todas las dimensiones destacadas.

La importancia del presente trabajo de investigación va íntimamente ligada con la salubridad pública y las buenas prácticas de manipuleo de los alimentos, dado que los recursos hidrobiológicos que se comercializan están destinados exclusivamente al consumo humano directo, por ende, una de las dimensiones más importantes a salvaguardar es la inocuidad, sin

olvidar que se debe de fomentar el consumo de estos productos, pues son reconocidas sus propiedades y beneficios para el desarrollo cognitivo y la salud.

La investigación ofrece beneficios sociales al proporcionar conocimientos y perspectivas que ayudan a identificar áreas de mejora para aumentar la satisfacción de los clientes y consumidores. Además, contribuye a salvaguardar la salud al promover una cultura adecuada de manipulación y gestión de recursos hidrobiológicos destinados al consumo humano directo, especialmente entre la población local residente en el distrito de Chancay.

### **1.5. Delimitación del estudio**

El estudio se llevó a cabo en el Mercado Municipal de Abastos de Chancay, situado en la Calle Almirante Miguel Grau 102, Chancay, con acceso también desde la Calle López de Zúñiga en su parte frontal.

La estructura está edificada con material noble, alberga 20 puestos de venta de recursos hidrobiológicos, cada uno con lavadero y canaletas independientes para el drenaje de los efluentes. Dichos puestos de comercialización están ubicados en la parte posterior izquierda del mercado, ordenados en un sector interno del mismo, cuyo acceso principal colinda con la Av. López de Zúñiga. La investigación se llevó a cabo durante 04 meses desde Julio hasta octubre del 2023.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes de la investigación**

##### **2.1.1. Investigaciones internacionales**

La tesis titulada “Evaluación de la calidad higiénico-sanitaria en alimentos preparados (hornado) del mercado central del Gobierno autónomo descentralizado municipal del Cantón Alausí” realizada en Ecuador en el año 2019 por Silva, D. y respaldada por la Universidad Estatal Amazónica, tuvo como objetivo general la evaluación del cumplimiento de las buenas prácticas de manipulación del hornado del Mercado Municipal de Alausí de acuerdo a la Norma NTE-INEN 2687:2013. La metodología de la investigación fue de tipo descriptiva experimental, con una muestra de 11 participantes. El instrumento que se utilizó fue un checklist con 12 ítems enfocados en las dimensiones a evaluar. Tras culminar el estudio y obtener resultados, concluyó que mediante observación directa considerando los requisitos de infraestructura, servicios, manipulación de alimentos, higiene, limpieza y desinfección se puede evaluar y corroborar las deficiencias existentes en la manipulación y venta de alimentos, evitando garantizar la inocuidad del alimento al momento de la toma por el consumidor.

El propósito de esta actividad es educar al operador sobre diversos aspectos importantes, como la adquisición adecuada de materias primas, la higiene correcta de las manos, el uso de guantes y uniformes adecuados, la limpieza y desinfección del entorno laboral, el almacenamiento apropiado, el manejo higiénico de los alimentos, la gestión de residuos y la atención al cliente, todo con el fin de garantizar la inocuidad y seguridad de los alimentos para el consumidor, evitando así cualquier riesgo para la salud.

La investigación llevada a cabo en Ecuador en el año 2020 por Álvarez, D. y respaldada por la Universidad Católica de Ecuador, bajo el título "Análisis de la calidad del área de alimentos y bebidas en los mercados municipales San Francisco y Santa Clara", tuvo como objetivo principal analizar la percepción de los potenciales clientes residentes en la ciudad de Quito sobre el servicio y la calidad de los alimentos preparados en el Mercado San Francisco y Santa Clara, con el fin de identificar áreas de mejora. El enfoque de la investigación fue básico y no experimental, utilizando un cuestionario como instrumento de recolección de datos y una muestra de 51 participantes. Además de la aplicación de cuestionarios, se realizaron entrevistas a expertos en gastronomía ecuatoriana y comerciantes del mercado para evaluar su comprensión sobre los cambios en los hábitos de consumo, las preferencias y sus críticas personales. Como resultado, se llegó a la conclusión de que es viable realizar un análisis sobre la percepción de los clientes respecto a la calidad de los servicios ofrecidos en el mercado. Además, se determinó la posibilidad de identificar deficiencias en el mercado, tales como problemas de infraestructura, manipulación de alimentos y falta de higiene personal, como se describe en el estudio de investigación.

### **2.1.2. Investigaciones nacionales**

En investigaciones realizadas a nivel nacional, se encontró a Inga, J. (2023) con el título "Calidad y comercialización de los principales recursos hidrobiológicos para consumo en el rubro de restaurantes Lima - Callao 2021" respaldada por la escuela de posgrado de la Universidad Nacional del Callao. El objetivo principal del estudio fue analizar la calidad y la comercialización de los principales recursos hidrobiológicos destinados al consumo en los restaurantes de Lima y Callao durante el año 2021. La metodología utilizada fue de naturaleza cuantitativa y con un diseño no experimental, involucrando una muestra de 85 personas para la recolección de datos.

La investigación empleó un cuestionario como herramienta para recopilar datos. Los resultados fueron analizados para validar los elementos utilizados en el estudio y corroborar los datos establecidos en la hipótesis. En resumen, se concluyó que existe una relación significativa y directa entre la calidad y la comercialización de los recursos hidrobiológicos en los restaurantes de Lima y Callao durante el año 2021, siendo esta relación alta. Es decir, se observa que un aumento en la calidad se traduce en un incremento en la comercialización, y viceversa.

La tesis titulada “Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes del mercado de abastos de Tambobamba, provincia de Cotabambas – Apurímac, 2018”, sustentada en el año 2022 por Calle, M. y respaldada por la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, tuvo como objetivo general determinar la relación de la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes del mercado de abastos de Tambobamba, 2018. La investigación se basó en un enfoque básico y empleó un diseño cuantitativo, no experimental. Utilizó una muestra de 157 compradores encuestados mediante cuestionarios. Los resultados demostraron una relación importante entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, respaldada por el estadístico Rho de Spearman. Se concluyó que aspectos tangibles como las instalaciones y la apariencia del personal son fundamentales para mejorar la satisfacción del cliente durante la compra. En resumen, se estableció una conexión significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el mercado de abastos de Tambobamba, resaltando especialmente la estrecha relación entre estas variables y la importancia del servicio ofrecido por el proveedor en la satisfacción del cliente.

La tesis titulada “Calidad de Servicio en el Mercado de Abastos El Inca de Chiclayo, año 2021”, sustentada en el año 2021 por su autor Alvites, E. respaldado por la escuela de postgrado de la Universidad César Vallejo, tuvo como objetivo principal identificar la percepción del usuario sobre la calidad del servicio del mercado de Abastos del distrito La Victoria - Chiclayo, en el año

2021. El proyecto se desarrolló siguiendo una metodología básica y un diseño no experimental. La muestra consistió en 9 participantes, que representaron el 100% de la población objetivo. Se utilizó la técnica de encuesta, empleando un cuestionario compuesto por 10 preguntas que abordaban las 5 dimensiones de la investigación: Tangible, Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad y Empatía. Los resultados obtenidos proporcionaron información sobre la percepción de los encuestados respecto a la calidad del servicio en el mercado. Se observó que el 76.2% de los participantes mostraron satisfacción, mientras que el 23.8% expresaron insatisfacción. Contrariamente a la hipótesis general, que sugería una percepción negativa del consumidor sobre la calidad del servicio en el mercado, los resultados indicaron lo contrario.

La tesis titulada “Percepción de la calidad en los centros de descarga de productos hidrobiológicos de Arequipa” sustentada en el año 2021, en autoría de Céspedes, M. con respaldo de su casa superior de estudios la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, tuvo como objetivo general desarrollar un modelo evaluador holístico, fiable y válido para determinar el algoritmo evaluador de la calidad del servicio percibida por el cliente de productos hidrobiológicos en centros de descarga de la ciudad de Arequipa. La investigación es básica y de diseño no experimental. Se utilizó como instrumento fichas de observación, check list y cuestionarios, teniendo en cuenta una muestra de 384 participantes, lo que permitió un nivel de confianza del 95%. En los resultados se logra calcular la percepción de la calidad del servicio de venta de productos hidrobiológicos en los centros de descarga usando un modelo. Por lo que se concluye que el modelo evaluador de la calidad del servicio de venta de productos hidrobiológicos tiene cualidades relevantes para medir la percepción de la calidad de un centro de descarga de productos pesqueros y proporciona una herramienta segura.

## **2.2.Bases teóricas**

### **2.2.1. Calidad de los servicios**

La calidad de servicio se define como la habilidad de un proveedor para satisfacer las expectativas y necesidades de sus clientes. Esta evaluación se centra en la excelencia y la satisfacción que experimentan los consumidores al utilizar un servicio específico. En esencia, implica medir en qué medida el servicio cumple con las expectativas y demandas de los usuarios, así como el nivel de satisfacción que les genera (Hammond, 2023).

Es un conjunto de tácticas y medidas orientadas a mejorar la atención al cliente y fortalecer la relación entre el consumidor y la marca. La clave de este enfoque radica en establecer relaciones sólidas y crear un entorno positivo, amigable y servicial que asegure que los clientes se vayan con una impresión positiva. (Cardozo, 2021).

Podríamos afirmar que la Calidad de Servicio es, por lo tanto, una herramienta competitiva que demanda una cultura organizacional coherente, la participación de todos los miembros en un compromiso conjunto, en el marco de un proceso constante de evaluación y perfeccionamiento. Todo esto con el objetivo de obtener la lealtad del cliente y destacarse frente a la competencia como una estrategia beneficiosa. (Hernández, Chumaceiro y Atencio, 2009).

#### **2.2.1.1. Calidad de infraestructura**

Según la norma ISO 9001:2015, las organizaciones deben garantizar que cuenten con la infraestructura necesaria para llevar a cabo sus procesos y asegurar la conformidad de sus productos y servicios.

Los servicios destinados a comercialización de alimentos deben de ser de uso exclusivo para la actividad que implica la manipulación de los alimentos y no deben estar vinculados a otros

espacios o locales que puedan significar algún tipo de contaminación cruzada para los alimentos. (Minsa, 2018).

Es esencial asegurar que la ubicación elegida para la construcción de establecimientos de alimentos no represente un riesgo de contaminación cruzada para los alimentos. Por lo tanto, no se deben seleccionar sitios que hayan sido utilizados como vertederos, rellenos sanitarios, cementerios, zonas pantanosas o que estén propensos a inundaciones recurrentes. Estas áreas podrían comprometer la seguridad e inocuidad de los alimentos, por lo que se deben evitar como ubicaciones para establecimientos relacionados con la manipulación y preparación de alimentos. (Minsa, 2018).

#### ***2.2.1.1.1. Higiene, limpieza y desinfección***

La supervisión de la desinfección es una parte esencial de los controles preventivos para los alimentos destinados al consumo humano, tanto de forma directa como indirecta. (Etter, A. 2018).

#### ***2.2.1.1.2. Instalaciones***

Según DIGESA, (2000)

Los edificios y estructuras deben ser construidos con materiales resistentes y mantenerse en condiciones óptimas. Dichos materiales deben ser impermeables y permitir la limpieza y desinfección adecuadas, evitando cualquier posible transferencia de sustancias no deseadas a los alimentos. Los espacios interiores de los mercados deben ser lo suficientemente amplios para realizar todas las operaciones de comercialización de manera satisfactoria y para permitir un flujo de público fluido. Además, las instalaciones deben ser diseñadas de manera que faciliten una limpieza fácil y ordenada, así como la inspección adecuada de la higiene de los alimentos y su entorno. Los edificios y las instalaciones deben diseñarse de tal manera que

permitan la separación efectiva de los diferentes tipos de alimentos y las operaciones que podrían causar contaminación cruzada, utilizando particiones u otros métodos apropiados.

### **Pisos**

Se utilizarán materiales impermeables y que no absorban líquidos, además de ser lavables, antideslizantes y sin grietas, para facilitar la limpieza y desinfección. Además, se asegurará una pendiente adecuada para permitir que los líquidos escurran fácilmente hacia canaletas o sumideros, facilitando así el proceso de lavado.

### **Paredes**

Los edificios se edificarán utilizando materiales que sean impermeables, no absorbentes y lavables, y se pintarán en tonos claros. La altura de las instalaciones será adecuada para las operaciones realizadas, y las superficies serán lisas, sin grietas, para facilitar la limpieza y desinfección. Los ángulos entre las paredes y el suelo, así como entre las paredes y el techo, estarán diseñados de forma abovedada para facilitar la limpieza y prevenir la acumulación de residuos.

### **Techos**

Deben ser diseñados, contruidos y finalizados de tal manera que se evite la acumulación de suciedad y se minimice la condensación, la formación de costras y moho, además de ser fácilmente limpiados.

### **Ventanas**

Las ventanas y otras aperturas deben ser concebidas para evitar la acumulación de suciedad y para que su limpieza sea fácil, además de incorporar dispositivos que prevengan la entrada de insectos u otros animales. Se recomienda evitar el empleo de materiales que no

puedan ser limpiados y desinfectados de manera apropiada, como la madera, a menos que se pueda asegurar que su utilización no generará riesgos de contaminación.

### **Instalaciones eléctricas**

Los cables eléctricos deben estar instalados dentro de paredes o protegidos en tubos cerrados. Los interruptores y enchufes deben estar en condiciones óptimas, al igual que los dispositivos de seguridad para cortar la corriente cuando sea necesario.

#### **2.2.1.1.3. Satisfacción del cliente**

Cuando se define satisfacción del cliente es importante tener en cuenta que esta es una dimensión que se puede medir y es un claro indicador de la intención de compra.

Según Farris (2015), la satisfacción del cliente se define como "la cantidad de clientes o el porcentaje del total de clientes que ha informado de que su experiencia con una marca, sus productos o sus servicios ha superado los objetivos de satisfacción especificados".

Según Kotler (2012), la satisfacción del cliente se entiende como "la sensación de placer o decepción experimentada por una persona al comparar el rendimiento o resultado percibido de un producto con sus expectativas".

#### **2.2.1.2. Calidad de manipuleo**

Según la FAO (1995) en el Código de Conducta para la Pesca Responsable (CCPR), se establece que "la captura, manipulación, procesamiento y distribución del pescado y de los productos pesqueros deben llevarse a cabo de manera que se preserve el valor nutritivo, la calidad y la inocuidad de los productos, se reduzcan los desperdicios y se minimicen los efectos negativos en el medio ambiente".

Los pescados y mariscos deben ser dispuestos en bandejas de plástico sobre hielo triturado o escamas. Las cajas o bolsas utilizadas deben ser desinfectadas después de cada uso. (DIGESA, 2000).

#### ***2.2.1.2.1. Indumentaria***

La vestimenta puede ser una fuente de contaminación para los alimentos, pues al realizar las actividades diarias estas suelen adquirir polvo, suciedad y microbios.

Según la OPS (2017) la vestimenta apropiada para realizar actividades que impliquen la manipulación de recursos hidrobiológicos es:

- a. Una gorra que cubra totalmente el cabello para evitar su caída.
- b. Guardapolvo de color claro utilizado solamente en el área de trabajo.
- c. Un barbijo que cubra nariz y boca.
- d. Delantal plástico.
- e. Guantes.
- f. Calzado exclusivo.

#### ***2.2.1.2.2. Higiene del personal***

La higiene de los manipuladores de alimentos es fundamental ya que la manipulación es una de las principales formas de contaminación en el trabajo con alimentos. Esto constituye una medida de protección crucial contra las Enfermedades Transmitidas por los Alimentos (ETAs). (Manfugás, 2014).

De acuerdo con Avdalov (2009), todas las personas que trabajen con pescado deben usar ropa adecuada y limpia. Es fundamental lavarse las manos de manera vigorosa con agua y jabón al inicio de cada jornada laboral y cada vez que ingresen al área de trabajo, asegurándose de cubrir desde los antebrazos hasta la punta de los dedos, y se recomienda

utilizar un cepillo para limpiar las uñas. Después del lavado con jabón, es esencial enjuagar completamente con agua potable. El secado de las manos debe realizarse exclusivamente con toallas de papel desechables y nunca con toallas de tela, ya que estas podrían reintroducir contaminantes en las manos. Además, es importante mantener las uñas cortas y sin esmalte. En caso de utilizar guantes, estos deben estar limpios y lavarse siguiendo el mismo procedimiento que se emplea para las manos. Durante la manipulación de pescado, está prohibido comer, beber, fumar o escupir, ya que existe un riesgo de contaminación.

Todos los vendedores deberán de realizarse un examen médico 02 veces al año, el cual certifique que se encuentra en buen estado de salud y/o que no tenga algún tipo de enfermedad o herida que pueda generar contaminación a los recursos hidrobiológicos (DIGESA, 2000).

#### **2.2.1.2.3. Buenas prácticas de manipuleo**

La manipulación del pescado artesanal presenta características únicas que inician desde su captura. En este proceso, es crucial tener precauciones especiales, especialmente porque las pequeñas embarcaciones a menudo no cuentan con las instalaciones necesarias para manipular el pescado de manera adecuada.

Es crucial proteger el pescado de las condiciones climáticas adversas, ya que la exposición al aire y al calor puede alterarlo y deshidratarlo, lo que podría ocasionar signos de deterioro una vez que llegue a tierra. Durante su manipulación, es importante tener precaución para evitar daños físicos, como erosiones en la superficie o hematomas, que pueden ser causados por elementos punzantes como palas y horquillas. Se aconseja lavar el pescado con abundante agua de mar o del lugar de captura para eliminar el barro y el mucus superficial, ya que estos pueden actuar como medios de cultivo para las bacterias que causan la descomposición (Avdalov, N. 2009).

También es esencial mencionar la existencia de la Norma Sanitaria, la cual tiene como propósito primordial garantizar que la producción y el comercio de pescado y productos pesqueros sean seguros y saludables para el consumo humano. Esta normativa busca asegurar que los productos estén correctamente etiquetados o rotulados, así como ser manipulados, procesados y almacenados en ambientes higiénicos. Se debe garantizar que estén libres de cualquier factor o condición que pueda representar un riesgo para la salud de los consumidores (D.S. 040-2001-PE).

### **2.2.1.3. Calidad de producto**

Cuando se planifican y crean productos o servicios, se les atribuyen funciones o características específicas para que sean útiles y satisfagan las necesidades de los usuarios. Estas características tienden a ser de índole técnica en el caso de productos y adquieren un carácter más humano en el ámbito de los servicios. Sin embargo, en la actualidad, la entrega de un producto se percibe incompleta sin el valor añadido de un servicio de calidad. (Alcalde, P. 2010).

#### ***2.2.1.3.1. Frescura***

La frescura es la cualidad más determinante en la calidad del pescado y constituye el principal criterio al evaluar la mayoría de los productos alimenticios. (Sánchez, 1998).

Un recurso hidrobiológico fresco se define como aquel que, luego de someterse a un análisis organoléptico, recibe la mejor calificación y se considera apto para el consumo humano. Puede ser enfriado o refrigerado a una temperatura que varía entre 1°C y -1°C, sin llegar a congelarse y sin la adición de sustancias conservantes (Carrasco, 2014).

El pescado fresco se refiere a aquel que está en pre-rigor o en el estado justo después del rigor mortis. Su duración está determinada por la condición fisiológica del pescado, el método de captura, el manejo posterior y las condiciones de almacenamiento. (FAO, 1999).

### **2.2.1.3.2. Inocuidad**

La Real Academia de la Lengua Española define la inocuidad como el carácter de ser inocuo, es decir, que no cause daño. Sin embargo, para algunos autores como Martínez (2005) este riesgo podría evaluarse de manera que constituya un riesgo mínimo o aceptable.

Según Díaz, (2016) la inocuidad se define como la garantía de que los alimentos no provocarán daños al consumidor, este término está significativamente ligado a la seguridad alimentaria y la calidad, la cual es una característica bastante compleja, ya que es la determinante del valor y aceptabilidad del producto.

FAO. (2002). La garantía de que los alimentos no causarán daño al consumidor cuando se preparen y/o consuman de acuerdo con el uso a que se destinan.

### **2.2.1.3.3. Presentación**

La calidad y seguridad del producto final dependerán en gran medida de la selección adecuada de la materia prima y las condiciones en las que se encuentre esta materia prima. Es crucial tener claridad sobre las características que deben evaluarse al seleccionar, comprar y recibir la materia prima.. Ya que el servicio de comercialización de productos hidrobiológicos debe contar con las condiciones mínimas permisibles. Cuando se hace una selección de materia prima, se recomienda tener en cuenta, entre otras, características tales como:

- Tamaño y forma.
- Color.
- Olor.
- Textura.
- Sabor. - Precio.

- Higiene. (Herrera, L. et. al. 2011)

### **2.2.2. Comercialización de recursos hidrobiológicos**

La comercialización interna y externa de los productos pesqueros es libre de acuerdo a ley (Clemente, 2009). En la actualidad, durante este período de grandes cambios en la globalización de los mercados, aquellos involucrados en la extracción de recursos hidrobiológicos, así como los desembarcaderos que prestan servicios, los vendedores y comercializadores de productos frescos de estos recursos, deben adaptarse a las demandas del consumidor (mercado). Esto implica la implementación de buenas prácticas en la captura, servicio y comercialización, las cuales deben ser administradas con rigor, competencia y responsabilidad, abarcando todos los aspectos relacionados con la calidad. (Carrasco, 2014).

#### **2.2.2.1. Segmentación de mercado**

La segmentación de mercado se refiere a la práctica mediante la cual las empresas dividen mercados grandes y diversos en segmentos más pequeños y homogéneos. Esto les permite llegar de manera más efectiva y eficiente a estos segmentos, satisfaciendo así sus necesidades y deseos de manera más precisa. (Kotler y Armstrong, 2012).

La segmentación de mercado se refiere a un conjunto de estrategias diseñadas para resaltar los aspectos clave de un producto o servicio, con el fin de dirigirse al mercado adecuado y realzar sus características distintivas, permitiendo competir de manera efectiva en el mercado. (Larrea, 2019).

##### ***2.2.2.1.1. Ubicación geográfica***

La segmentación geográfica implica dividir el mercado en función de la ubicación de los usuarios, como región, país, estado, ciudad, entre otros. Esto facilita la identificación del lugar y el momento óptimo para distribuir contenido promocional. (Santos, 2022).

La segmentación demográfica es crucial ya que considera aspectos detallados de la audiencia, lo que facilita la identificación de clientes potenciales. Cuanto más específica sea, más sencillo será llegar a la audiencia objetivo. Las variables en este segmento incluyen edad, sexo, estado civil, ocupación, nivel educativo, cultura, nacionalidad y situación socioeconómica. (Redator Rock Content, 2018).

#### ***2.2.2.1.2. Frecuencia de consumo***

Para Ortega (2022) La frecuencia se refiere a la cantidad de veces que un cliente típico adquiere un producto o servicio de un mismo vendedor en un lapso específico. Este aspecto es ampliamente empleado en el marketing directo como criterio de segmentación.

Mientras que para López (2020) La repetición de compras por parte de un consumidor podría interpretarse como un indicador de compromiso. No obstante, es importante considerar otros factores, ya que esta conducta podría deberse a una necesidad debido a la falta de alternativas. En tal caso, sería necesario idear estrategias para convertir a este comprador, motivado por la necesidad, en un cliente leal y satisfecho con nuestra tienda.

#### **2.2.2.1.3. Comportamiento de compra**

El comportamiento de compra abarca todas las acciones que ocurren antes, durante y después de tomar decisiones de compra. Tanto individuos como organizaciones participan activamente en este proceso, seleccionando opciones de manera sistemática y no aleatoria. Se puede conceptualizar el comportamiento de compra como un proceso de resolución de problemas (Lambin, 2003).

El comportamiento de compra se define como los procesos que los clientes emplean para seleccionar, utilizar, consumir y adquirir un producto o servicio. Este proceso engloba

las respuestas emocionales, mentales y de comportamiento que experimentan los consumidores durante todo el ciclo de compra, desde la identificación de una necesidad hasta la evaluación post-compra del producto o servicio (Ortega, 2021).

El comportamiento del consumidor es influenciado por factores culturales, sociales y personales, los cuales afectan directa o indirectamente a los individuos. Cada uno de estos factores representa un nivel de importancia para el cliente en relación con sus necesidades, lo que orienta sus preferencias hacia ciertos productos que percibe como los más adecuados para satisfacer esas necesidades específicas. (Kotler y Keller, 2006).

#### **2.2.2.2. Producto**

Se define como producto cualquier oferta que tenga la capacidad de satisfacer una necesidad o un deseo, y que pueda captar la atención del público objetivo para ser adquirida, utilizada o consumida. Los productos pueden tomar diversas formas, incluyendo bienes tangibles, servicios, ideas, personas, eventos, experiencias, lugares, organizaciones, información o propiedades. (Thompson, 2019).

##### **2.2.2.2.1. Beneficio**

En términos económicos, el beneficio se define como la cantidad de dinero que se obtiene como resultado de la discrepancia entre los ingresos y los costos de una inversión, negocio u otra actividad económica (Francisco, 2023).

Los beneficios son los resultados que se espera que los usuarios experimenten gracias a los productos o servicios ofrecidos. Son la razón principal por la cual los clientes potenciales se convierten en clientes en el futuro. (Yranzo, 2020).

#### **2.2.2.2. Variedad**

Cuando hablamos de variedad, nos referimos a la existencia de diversas opciones, objetos o seres, lo que implica un concepto principalmente cuantitativo. La noción de variedad es sinónimo de diversidad y pluralidad. (Navarro, 2015).

La variedad de productos es necesaria para poder ofrecer artículos que satisfagan a distintos tipos de consumidores (Solano, 2021).

### **2.3. Bases filosóficas**

Teniendo en cuenta los principios filosóficos de la calidad según la literatura especializada, se puede hacer referencia a que:

Philip B. Crosby, W. Edwards Deming, Armand V. Feigenbaum, Kaoru Ishikawa, Joseph M. Juran, Robert M. Pirsig, Walter A. Shewhart y Genishi Tagushi son llamados los “gurúes” de la calidad. La Sociedad Estadounidense para la calidad ha realizado publicaciones que unen, los fundamentos de la calidad, en especial los que trata de resolver ¿Qué es Calidad?

Cada autor filósofo entonces desarrolla un concepto ligado a la calidad desde su propia perspectiva.

Según W. Edwards Deming (1986), la calidad se define como la capacidad de traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles. Solo de esta manera un producto puede ser diseñado y fabricado para satisfacer al cliente a un precio aceptable para este último. Deming enfatiza que la calidad solo puede ser definida en términos del cliente.

De acuerdo con Joseph M. Juran (1990), el término calidad tiene múltiples interpretaciones, siendo dos de las más relevantes: 1. Calidad se refiere a las características del producto que se fundamentan en las necesidades del cliente y que, por ende, garantizan la satisfacción del mismo.

2. Calidad significa la ausencia de defectos, lo que implica la libertad de problemas o errores después de la entrega del producto.

Según Kaoru Ishikawa (1985), la calidad se puede entender de manera general como la calidad del producto. Sin embargo, de manera más específica, la calidad abarca diversos aspectos, como la calidad del trabajo, la calidad del servicio, la calidad de la información, la calidad del proceso, la calidad de las personas, la calidad del sistema, la calidad de la empresa, la calidad de los objetivos, entre otros.

#### **2.4. Definición de términos básicos**

**Buenas prácticas de manipuleo.** De acuerdo con DIGESA (2020), se entiende por control sanitario de alimentos al conjunto de prácticas adecuadas cuya aplicación garantiza la calidad sanitaria e inocuidad de los alimentos y bebidas.

**Comerciante:** Según la Real Academia Española (RAE, 2017), un comerciante es una persona que lleva a cabo de manera habitual y en su propio nombre una actividad económica destinada a la producción o intermediación de bienes o servicios para el mercado. Esta actividad puede realizarse directamente o a través de representantes o apoderados, pero el empresario asume personalmente los derechos y obligaciones que surgen en la actividad comercial.

**Calidad:** De acuerdo con la definición ofrecida por Molina, Quesada, Ulate y Vargas (2004), la calidad se define como el conjunto completo de funciones, características o comportamientos de un bien producido o de un servicio prestado, que les capacita para satisfacer las necesidades de los consumidores.

**Inocuidad:** De acuerdo con la FAO (2023), la inocuidad de los alimentos se define como una disciplina, proceso o acción de carácter científico que tiene como objetivo prevenir la

presencia de sustancias que puedan ser perjudiciales para la salud en los alimentos. La finalidad de la inocuidad de los alimentos es asegurar que estos sean seguros para el consumo humano.

**Mercado de abastos:** Según MVCS (2021), se entiende por un local que opera bajo una gestión centralizada y que, siguiendo un programa unitario, lleva a cabo actividades de venta de productos destinados al consumo humano o destinados a la limpieza y mantenimiento del hogar. Adicionalmente, estos lugares pueden ofrecer servicios complementarios como la venta de comidas y bebidas, guarderías, servicios comunales, así como locales administrativos y financieros.

## 2.5. Operacionalización de las variables

| VARIABLES  | DEFINICION CONCEPTUAL  | DEFINICION OPERACIONAL  | DIMENSIONES  | INDICADORES  | ESCALA   |
|--|--|---|--|--|--|
| (X)<br><b>CALIDAD DE LOS SERVICIOS</b>                     | De acuerdo con Hammond (2023), La calidad de servicio se define como la medida en que un proveedor de servicios logra satisfacer las expectativas y necesidades de sus clientes. Se trata de una evaluación que los consumidores hacen respecto a la excelencia y la satisfacción que experimentan al utilizar un servicio específico. En otras palabras, se refiere a qué tan bien el servicio cumple con las expectativas y demandas de los usuarios, y qué nivel de satisfacción genera en ellos. | La calidad de los servicios se define como la medida en que el proveedor cumple con las expectativas de los clientes, considerando la calidad de la infraestructura, la manipulación y el producto, con el objetivo de asegurar la satisfacción del cliente. Es decir, se refiere a qué tan bien el proveedor cumple con los estándares esperados por los clientes en términos de la infraestructura, el proceso de manipulación y la calidad del producto. | <b>X.1.</b> Calidad de infraestructura<br><br><b>X.2.</b> Calidad de manipuleo<br><br><b>X.3.</b> Calidad del producto | <b>X.1.1.</b> Higiene y limpieza<br><b>X.1.2.</b> Satisfacción del cliente<br><br><b>X.2.1.</b> Indumentaria<br><b>X.2.2.</b> Higiene del personal<br><b>X.2.3.</b> Buenas prácticas de manipuleo<br><br><b>X.3.1.</b> Frescura<br><b>X.3.2.</b> Inocuidad<br><b>X.3.3.</b> Presentación | Escala ordinal:<br><br>Nunca<br><br>Casi nunca<br><br>A veces<br><br>Casi siempre<br><br>Siempre |
| (Y)<br><b>COMERCIALIZACIÓN DE RECURSOS HIDROBIOLÓGICOS</b> | La comercialización en el contexto pesquero se refiere a la actividad de compra y venta de recursos hidrobiológicos y/o productos derivados de ellos.  | La comercialización de recursos hidrobiológicos se refiere a la venta de pescados y mariscos obtenidos de la zona, teniendo en cuenta las preferencias y frecuencia de consumo de los clientes, quienes buscan obtener beneficios a partir de estos productos.  | <b>Y.1.</b> Segmentación del mercado<br><br><b>Y.2.</b> Producto   | <b>Y.1.1.</b> Frecuencia de consumo<br><b>Y.1.2.</b> Comportamiento de compra<br><br><b>Y.2.1.</b> Beneficio<br><b>Y.2.2.</b> Variedad   |  |

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1. Diseño metodológico**

##### **3.1.1. Diseño de investigación**

No experimental.

##### **3.1.2. Tipo de Investigación**

Aplicada.

##### **3.1.3. Nivel**

Descriptivo.

Según Arias, F. (2012) La investigación descriptiva se enfoca en caracterizar un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el propósito de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se sitúan en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere.

#### **3.2.Población y muestra**

##### **3.2.1. Población**

Según Arias, F. (2012) define que la población, es un conjunto ya sea finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales se extienden las conclusiones de la investigación. Esta población queda delimitada por el problema de investigación y los objetivos del estudio.

En el presente proyecto de investigación la población fue de 20 puestos en el Mercado Municipal de Abastos Chancay que fueron las unidades de observación de los encuestados.

### **3.2.2. Muestra**

Para Arias, F. (2012) La muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible.

Según Córdoba I. (2009), dado que la población era pequeña, se optó por utilizar un método de muestreo no probabilístico. En este caso, el investigador, al conocer bien la población, seleccionó de manera adecuada y con criterio las unidades de observación que formarían parte de la muestra. La técnica de muestreo utilizada fue intencional u opinática, basada en el interés del investigador. Para garantizar la representatividad de la investigación, se aplicó el estudio a la totalidad de la población de 20 puestos en el mercado municipal de Chancay.

### **3.3. Técnica de recolección de datos**

Los métodos y herramientas empleados en este estudio fueron los siguientes:

#### **Técnicas:**

- Observación
- Análisis documental
- Encuesta

#### **Instrumentos:**

- Ficha de observación (check list)
- Fichas bibliográficas, hemerográficas y de investigación
- Cuestionario

### **3.4. Técnicas de procesamiento de la información**

#### **Análisis documental**

A través del examen de la literatura y sus herramientas correspondientes, se evaluaron tres tipos de fuentes bibliográficas, incluyendo publicaciones especializadas y portales de internet, que están

directamente relacionadas con las variables de investigación.

Se recopiló información mediante encuestas y sus instrumentos, es decir cuestionarios elaborados por los tesisistas para el presente estudio.

Para esta investigación, se recopiló información sobre cada uno de los indicadores y dimensiones necesarios para medir la variable, junto con sus respectivos reactivos, también conocidos como preguntas, que se derivan de los indicadores.

La medición de variables con reactivos separados para cada indicador y dimensión se denomina problema del indicador. Mediante el uso de métodos observacionales y sus tablas observacionales, se entendió los procesos interrelacionados entre unidades observacionales en una muestra relevante, así como las condiciones y circunstancias de los eventos que ocurren a lo largo del tiempo.

#### **a. Ficha Técnica de Instrumentos**

Se utilizó un cuestionario como instrumento, el cual constaba de un conjunto sistemático de preguntas extraídas de las dimensiones para controlar las variables. Se empleó una escala de Likert, la cual permite medir en una escala de 1 a 5.

#### **b. Administración de los instrumentos y obtención de datos**

Se preparó una herramienta auténtica, validada y objetiva para la recopilación de información, proporcionada por expertos investigadores que brindaron una opinión experta si la herramienta es aplicable.

#### **c. Análisis estadístico**

Se usó Excel

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

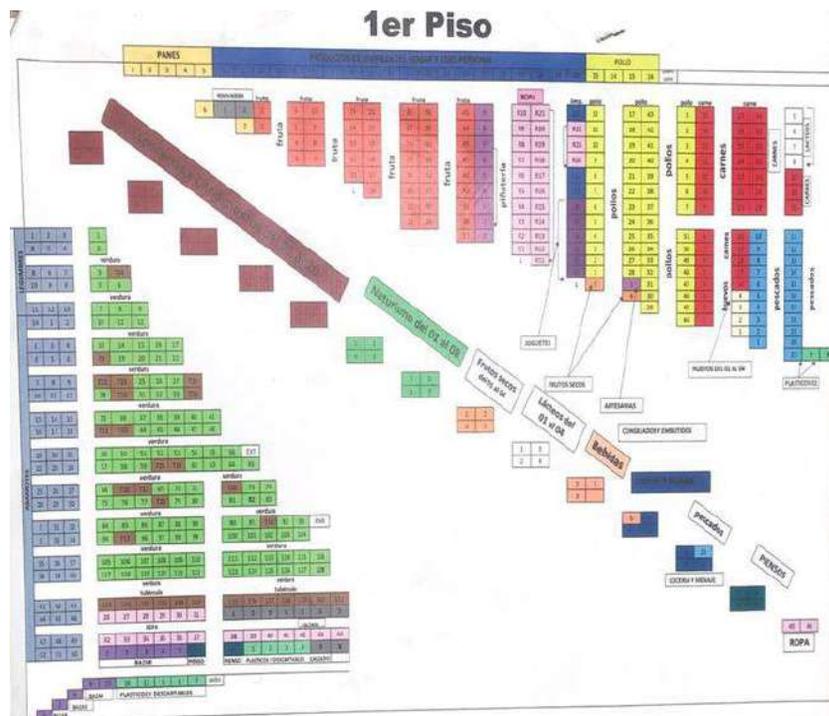
#### 4.1. Análisis de resultados

##### 4.1.1. El Mercado Municipal de Abastos Chancay

Está ubicado en el distrito de Chancay en la calle Almt. Miguel Grau 102, con una superficie total de 12 454.07 m<sup>2</sup>.

El Mercado Municipal de Abastos Chancay cuenta con diferentes áreas de comercialización, clasificadas por tipo de producto (Obsérvese la figura 1).

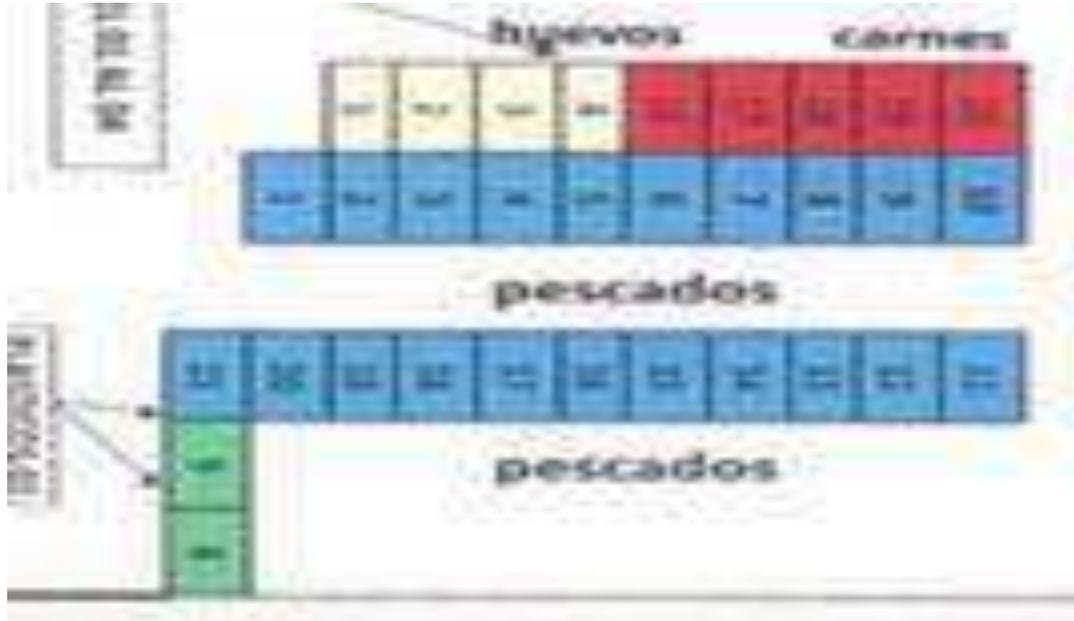
Figura 1. Croquis de la distribución del mercado Municipal de Abastos Chancay.



Fuente: Mercado Municipal de Abastos de Chancay.

La sección de pescados se localiza cerca de la salida del Mercado Municipal de Chancay, contigua a las secciones de huevos y carnes. Esta sección está compuesta por 21 puestos destinados a la comercialización de recursos hidrobiológicos, aunque actualmente solo 20 de estos puestos están en funcionamiento. (Ver figura 2).

Figura 2. Croquis de la distribución, sección expendios de productos hidrobiológicos.



Fuente: Mercado Municipal de Abastos de Chancay.

#### 4.1.2. Calidad de infraestructura

Al tratarse de un Mercado en teoría nuevo, inaugurado en diciembre del 2020, la infraestructura se encuentra en buen estado y se evidencia una buena conservación de la misma, sin embargo, siempre existen detalles que se pueden mejorar.

Se llevó a cabo una encuesta dirigida a los comerciantes con el propósito de evaluar su nivel de conocimiento sobre la infraestructura en la que desarrollan sus actividades.

Tabla 1

*Resultados de encuesta de la infraestructura*

| ¿Conoce el tipo de infraestructura del mercado? |            |         |              |         |
|---|------------|---------|--------------|---------|
| Nunca   | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| 0   | 0          | 3       | 15           | 2       |

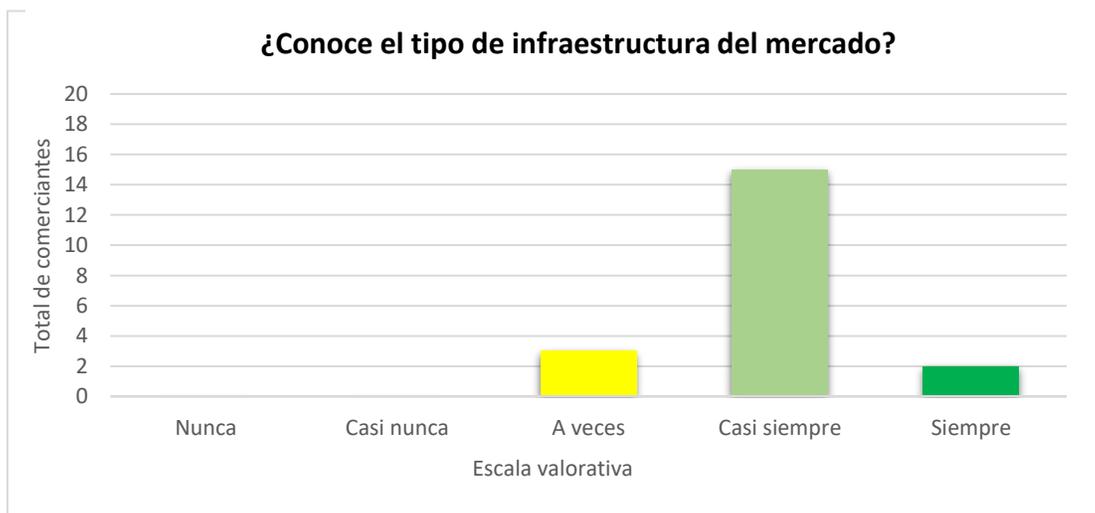
*Fuente: Elaborado por los autores 2023*

La encuesta nos hace referencia a que 2 usuarios conocen a la perfección la infraestructura y que hay garantía en la sección o área donde despeñan su labor comercial, mientras 15 usuarios manifiestan que la infraestructura les garantiza realizar sus actividades con absoluta seguridad, y para 3 usuarios manifiestan conocer su área de trabajo, sin embargo, no se sienten seguros por su mantenimiento y otros aspectos.

Comparando con lo establecido en la norma ISO 9001:2015, que indica la necesidad de determinar, proporcionar y mantener la infraestructura necesaria para la operación de los procesos y garantizar la conformidad de los productos y servicios, se observa que hay una insatisfacción del 25% con respecto a la adecuación de la infraestructura.

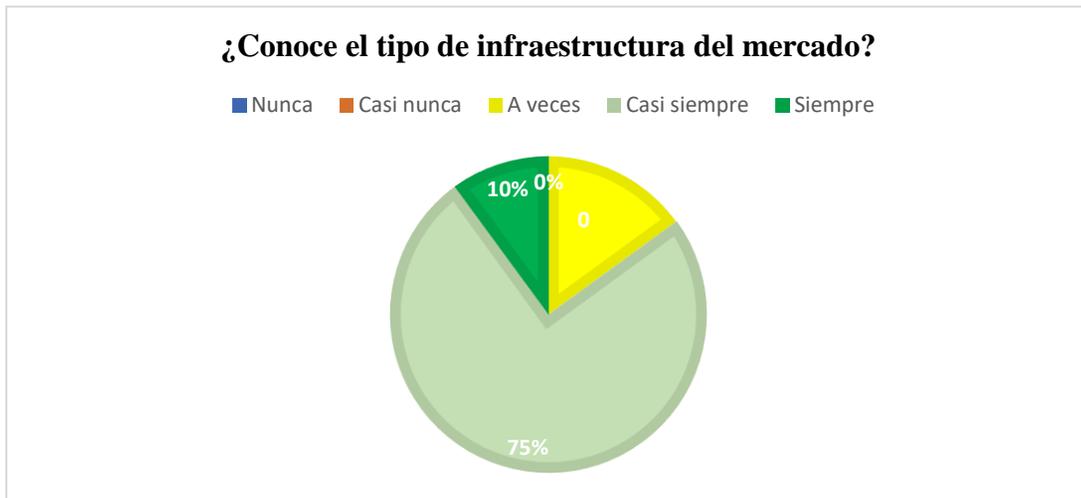
Se generaron gráficos que facilitan la comprensión visual de los resultados.

Figura 3. Interpretación en barras en relación al reconocer el tipo de infraestructura.



*Fuente: Elaborado por los autores 2023*

Figura 4. Interpretación en relación al reconocer el tipo de infraestructura.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

**INTERPRETACION:** La moda, o valor más frecuente, indica que casi siempre los comerciantes están seguros de conocer el tipo de infraestructura del mercado, con un 75% de ellos manifestando satisfacción al respecto.

#### ***4.1.2.1. Higiene, limpieza y satisfacción***

- ***Instalaciones***

Las instalaciones son de material noble, donde las mesas de trabajo son de acero inoxidable, las divisiones están hechas con estructura metálica que al momento se encuentran oxidadas y sin un mantenimiento correctivo necesario ya que están en constante contacto con el agua consecuente de la limpieza diaria, además que se evidencia moho en los muros de concreto que soportan la estructura metálica.

Según Manfugás (2014), todas las personas que manipulan pescado deben usar vestimenta apropiada y limpia. Además, es necesario que se laven las manos de

forma enérgica con abundante agua potable y jabón al inicio de cada jornada laboral y cada vez que ingresen al área de trabajo.

Figura 5. Instalaciones.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Se llevó a cabo una encuesta con el fin de evaluar la satisfacción de los comerciantes en relación con las instalaciones en las que desempeñan sus labores diarias.

Tabla 2

*Resultados de encuesta de satisfacción de instalaciones*

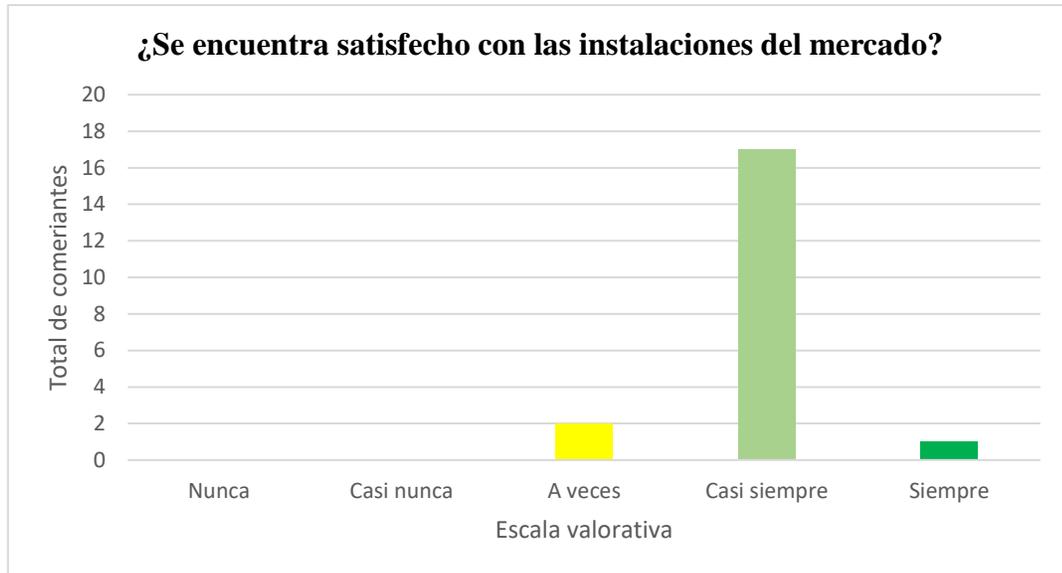
| ¿Se encuentra satisfecho con las instalaciones del mercado? |            |         |              |         |
|---|------------|---------|--------------|---------|
| Nunca   | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| 0   | 0          | 2       | 17           | 1       |

*Fuente: Elaborado por los autores 2023*

La encuesta evidencia que 17 de 20 comerciantes casi siempre se sienten satisfechos de sus instalaciones, mientras que 1 comerciante se encuentra completamente satisfecho y 2 indican que a veces se encuentran satisfechos.

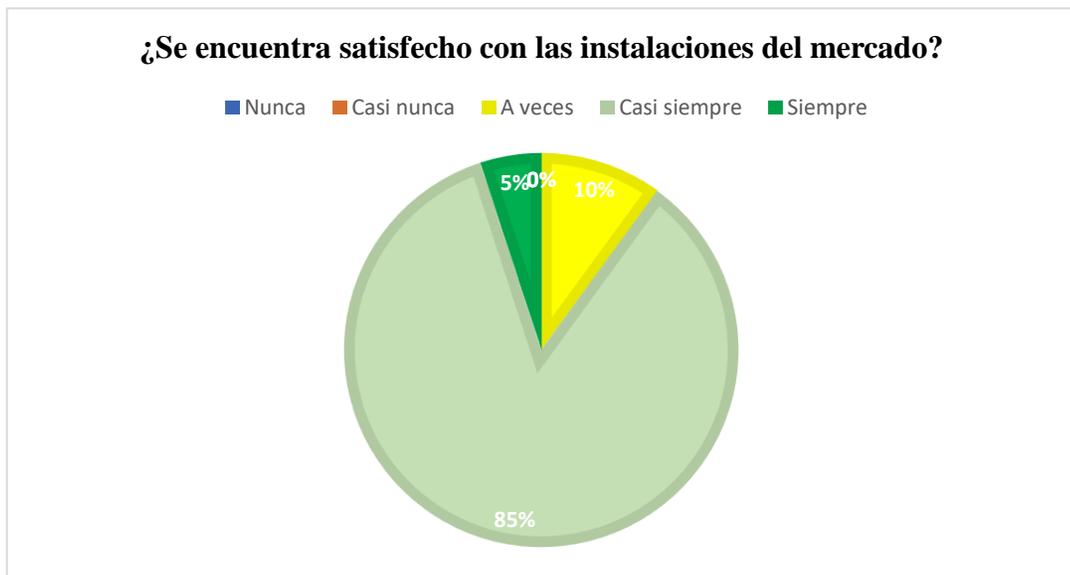
Se muestran los gráficos para una mejor comprensión visual.

Figura 6. Interpretación en barras en relación a la satisfacción de los comerciantes frente a las instalaciones.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 7. Interpretación en relación a la satisfacción de los comerciantes frente a las instalaciones.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

**ANÁLISIS.** El 10% de los comerciantes señala que ocasionalmente se siente satisfecho con las instalaciones del mercado, ya que considera que hay aspectos por mejorar, el 85%

nos refiere que casi siempre está satisfecho con las instalaciones del mercado, mientras que un 5% de ellos se encuentra plenamente satisfecho de las instalaciones donde realizan sus actividades.

- ***Pisos***

Los pisos de los puestos están enchapados con mayólica blanca, correctamente fraguados, lo que evita concentración de agentes microbiológicos en las posibles grietas, estos son lavados diariamente durante y después de las labores de comercialización, en algunos puestos se evidencia limpieza, mientras que en otros se evidencia la falta de ella, existiendo moho y otros residuos. El piso del pasadizo es liso y pulido, sin grietas, además, cuentan con canaletas, las cuales están ubicadas a orillas de cada puesto, facilitando así la limpieza y desinfección de pisos, sin embargo, las canaletas se encuentran oxidadas y con presencia de moho, esto debido a la falta de mantenimiento.

Comparando con lo establecido en la ISO 9001:2015, se observa que hay una insatisfacción del 25% con respecto a la adecuación de la infraestructura.

Figura 8. Pisos del área.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 9. Canaletas de los puestos.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 10. Limpieza del suelo en el área de trabajo.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

- ***Paredes***

Las paredes son de mayólica blanca, lo cual permite identificar la existencia de suciedad. En los puestos se evidencia suciedad producto del sarro del agua, sangre y escamas de los productos hidrobiológicos que se comercializan, esto se debe a la falta de una limpieza y desinfección adecuadas de las paredes, a pesar de que estas están aptas para ser lavadas.

Se realizó una encuesta con el fin de conocer como consideran los comerciantes que se encuentran sus pisos, paredes y canaletas.

Tabla 3

*Resultados de encuesta de limpieza y estado de pisos, paredes y canaletas*

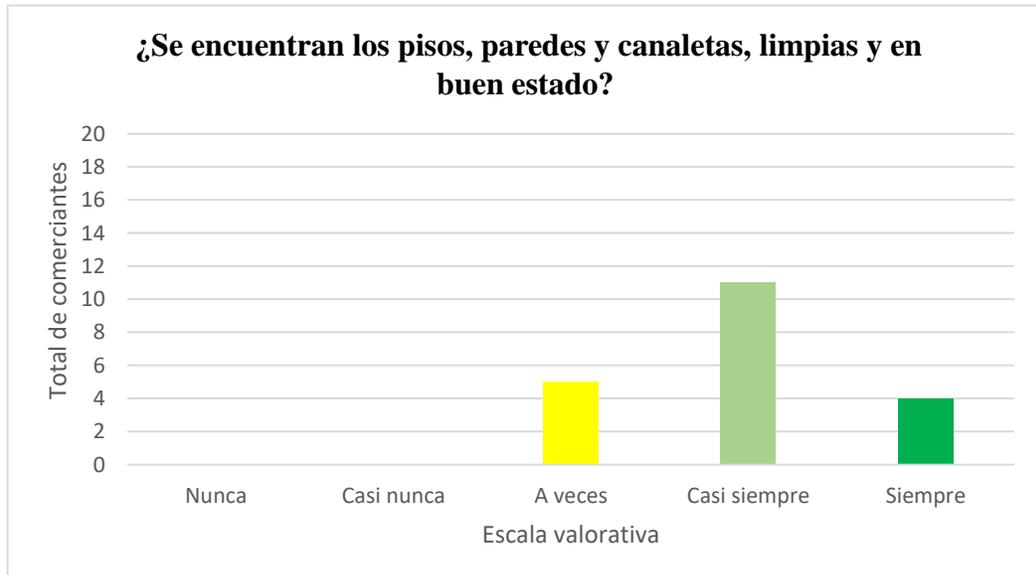
| ¿Se encuentran los pisos, paredes y canaletas, limpias y en buen estado? |            |         |              |         |
|--|------------|---------|--------------|---------|
| Nunca  | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| 0  | 0          | 5       | 11           | 4       |

*Fuente: Elaborado por los autores 2023*

Según los resultados de la encuesta, 5 comerciantes indicaron que a veces se observa limpieza, 11 afirmaron que casi siempre se observa limpieza, y 4 aseguraron que siempre se puede observar limpieza.

Para mejor comprensión visual se realizaron los siguientes gráficos:

Figura 11. Interpretación en barras en relación al estado y limpieza en pisos, paredes y canaletas



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 12. Interpretación circular en relación al estado y limpieza en pisos, paredes y canaletas.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

**INTERPRETACION.** De acuerdo con los resultados de las encuestas, el 25% de los comerciantes considera que la limpieza de las áreas mencionadas se da solo a veces, el 55% indica que casi siempre se encuentran limpias, y el 20% menciona que la limpieza es siempre.

### ***Techos***

Los techos están sostenidos por estructuras metálicas, sin embargo no tienen una cubierta sólida permanente, en la mayoría de puestos se utiliza láminas delgadas, las cuales solo están sobrepuestas, en algunos puestos incluso solo se usan plásticos y cartones, los cuales no son materiales adecuados para la comercialización de alimentos como lo son los recursos hidrobiológicos, ya que el cartón puede atraer insectos y el plástico acumular agua, lo que a la larga genera moho, concentración de microorganismos o hasta incluso larvas.

De acuerdo con DIGESA (2000), los edificios e instalaciones deben ser de construcción sólida y mantenerse en buen estado. Los materiales utilizados deben ser impermeables y permitir la limpieza y desinfección, sin transmitir sustancias

indeseables a los alimentos. Además, el interior de los mercados debe contar con suficiente espacio para realizar todas las operaciones de comercialización de manera satisfactoria y permitir un tránsito fluido del público. Es necesario aplicar estas disposiciones en el mercado de Chancay.

Figura 13. Infraestructura del techo.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Se llevó a cabo una encuesta con el fin de evaluar la situación de los techos de cada puesto.

Tabla 4

*Resultados de encuesta del estado de los techos*

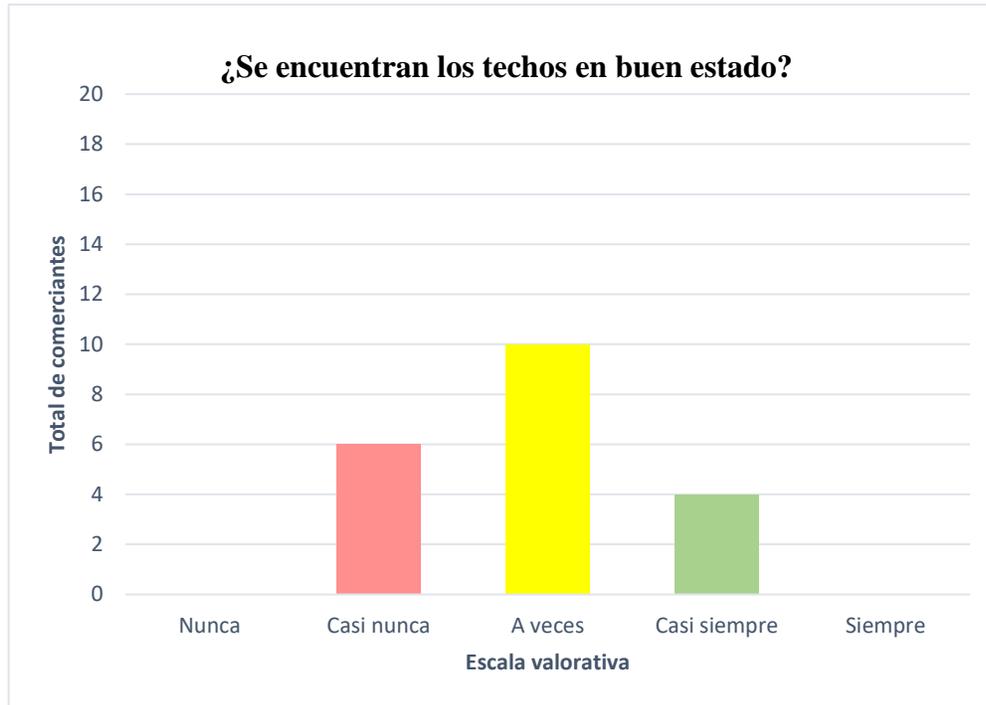
| ¿Se encuentran los techos en buen estado? |            |         |              |         |
|---|------------|---------|--------------|---------|
| Nunca                                     | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| 0   | 6          | 10      | 4            | 0       |

Fuente: Elaborado por los autores 2023

Según los resultados de la encuesta, 6 comerciantes indicaron que los techos casi nunca están en buen estado, otros 10 señalaron que a veces se encuentran en buen estado, mientras que 4 mencionaron que casi siempre los techos están en buen estado.

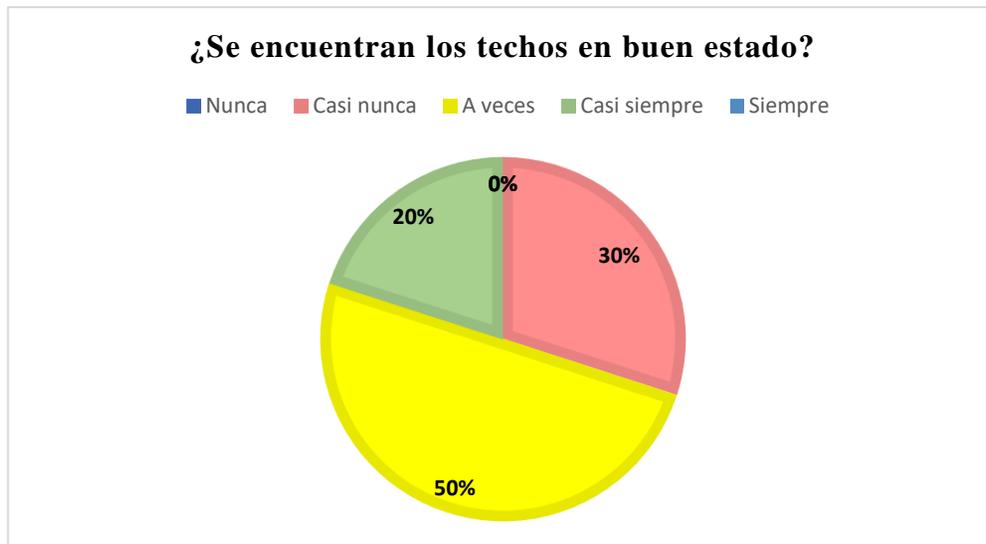
Se realizaron gráficos para una mejor comprensión visual.

Figura 14. Interpretación en barras en relación al estado del techo



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 15. Interpretación circular en relación al estado del techo



Fuente: Elaborado por los autores 2023

**INTERPRETACION.** Con respecto a los techos, el 20% de comerciantes responde que casi nunca los techos están en buen estado, pues, como es de evidencia estos han sido

colocados sobrepuestos y con materiales que no serían los adecuados, sin embargo, 50% de ellos considera que a veces (algunos) se encuentran en buen estado, otro 20% considera que sus techos casi siempre están en buen estado.

Confrontando los resultados con lo que nos indican las normas y teorías vemos que existen deficiencias puesto que estas indican que los techos “deben ser diseñados, construidos y finalizados de tal manera que se evite la acumulación de suciedad y se minimice la condensación, la formación de costras y moho, además de ser fácilmente limpiados.”

- ***Instalaciones eléctricas***

Las instalaciones eléctricas se encuentran correctamente empotradas dentro de las paredes, las cajas eléctricas se encuentran resguardadas y debidamente señalizadas, además que los tomacorrientes se encuentran en buen estado empotradas y no se registran cables expuestos, esto genera seguridad y a su vez una mejor estabilidad en la conservación de los recursos hidrobiológicos que se encuentran en las máquinas de frío.

Figura 16. Instalaciones eléctricas.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Se realizó una encuesta en donde los comerciantes respondieron a la situación en la que se encuentran sus instalaciones eléctricas.

Tabla 5

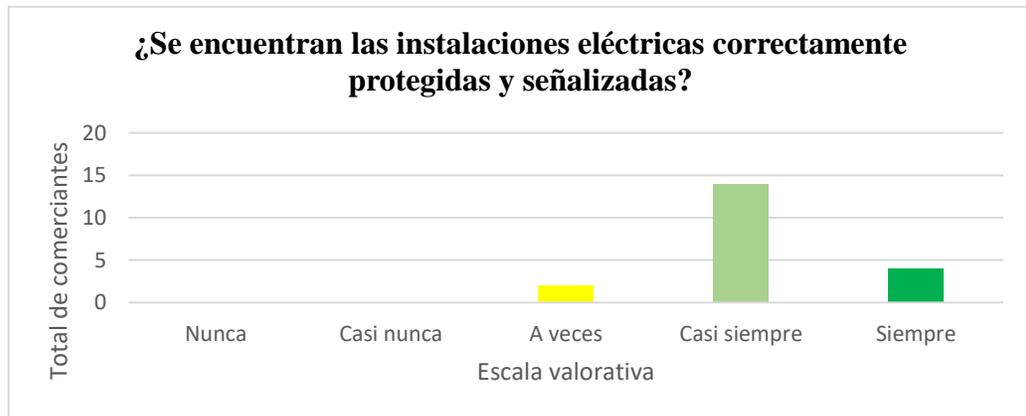
*Resultados de encuesta de las instalaciones eléctricas*

| ¿Se encuentran las instalaciones eléctricas correctamente protegidas y señalizadas? |            |         |              |         |
|---|------------|---------|--------------|---------|
| Nunca   | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| 0   | 0          | 2       | 14           | 4       |

Fuente: Elaborado por los autores 2023

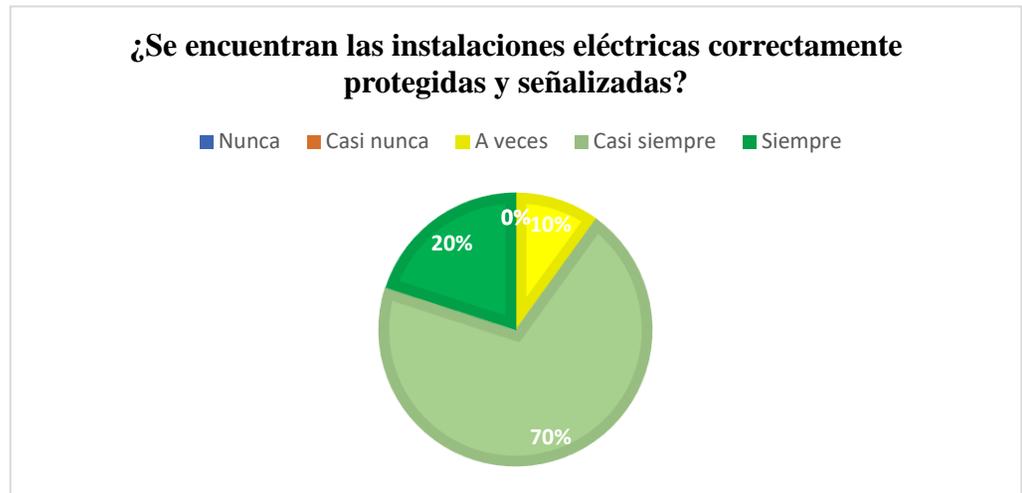
La encuesta revelo que 02 comerciantes indicaron que les parece que a veces las instalaciones se encuentran protegidas y señalizadas, 14 indicaron que casi siempre se sienten seguros, mientras que 4 comerciantes aseguran que siempre existe un buen manejo de las instalaciones eléctricas. En términos generales las instalaciones cumplen con los estándares de seguridad en este aspecto. De tal manera, los resultados permitieron conocer la percepción de los encuestados, teniendo en cuenta la calidad de servicio: Tangible, Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad, Empatía.

Figura 17. Interpretacion de barras en relación con la seguridad y señalizacion de las intalaciones electricas.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 18. Interpretación circular en relación con la seguridad y señalización de las instalaciones eléctricas.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

**INTERPRETACION.** El 10% de comerciantes manifiesta que a veces (algunos) las instalaciones eléctricas se encuentran debidamente señalizadas y protegidas, dejando en evidencia que existen instalaciones dañadas y desgastadas por el tiempo; un 70% de ellos indica que casi siempre las instalaciones eléctricas están protegidas y señalizadas; un 20% asegura que es siempre.

- ***Satisfacción al cliente***

Los comerciantes sostienen que la infraestructura también influye en el grado de satisfacción de los clientes. Por lo tanto, se llevó a cabo una encuesta para averiguar qué opinan sobre la infraestructura de sus puestos y cómo creen que afecta a la satisfacción del cliente al realizar la compra de recursos hidrobiológicos.

Según Kotler, P. (2012), la satisfacción del cliente se define como "la sensación de placer o decepción de una persona que resulta de comparar el rendimiento o resultado percibido de un producto frente a sus expectativas". Basado en lo

observado, se observa que el 85% de los clientes reportan satisfacción, mientras que el 15% reporta insatisfacción.

Tabla 6

*Resultados de encuesta sobre la satisfacción con respecto a las instalaciones*

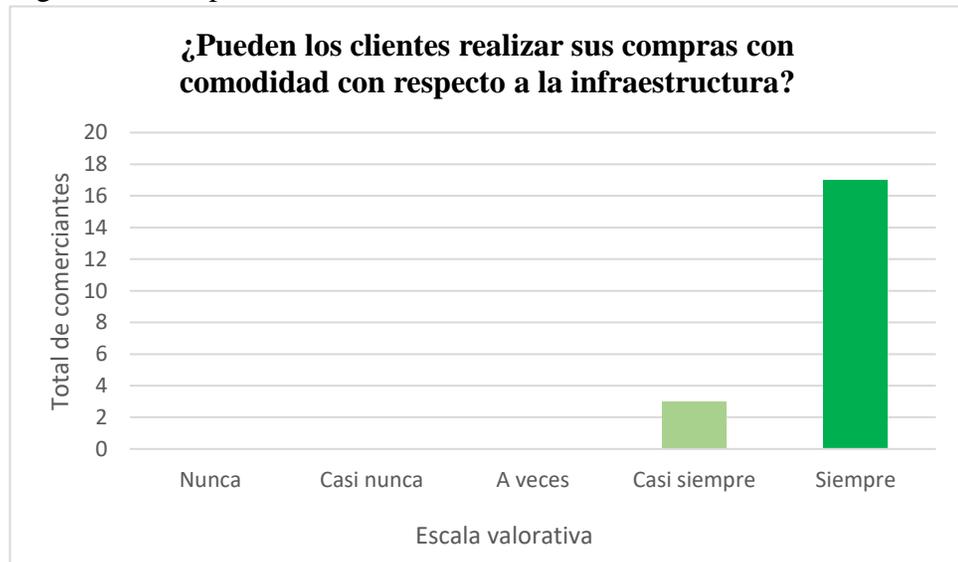
| ¿Pueden los clientes realizar sus compras con comodidad con respecto a la infraestructura? |            |         |              |         |
|--|------------|---------|--------------|---------|
| Nunca  | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| 0  | 0          | 0       | 3            | 17      |

Fuente: Elaborado por los autores 2023

En la tabla 6 se presentan las satisfacciones de las instalaciones encuesta 3 comerciantes indican que casi siempre los clientes pueden realizar sus compras con comodidad por que la infraestructura les permite sentirse muy complacidos, mientras que 17 comerciantes afirman que sus clientes se sienten cómodos la infraestructura garantiza esa satisfacción y pueden realizar sus compras con mucha seguridad.

Para mejor entendimiento visual se generan los siguientes gráficos:

Figura 19. Interpretación en barras en relación con la comodidad del cliente.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 20. Interpretación circular en relación con la seguridad y señalización de las instalaciones eléctricas.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

**INTERPRETACION.** Los comerciantes en su totalidad consideran que sus clientes pueden realizar sus compras con total comodidad con relación a la infraestructura de sus puestos dentro del mercado, ya que el 85% indica que casi siempre se evidencia la comodidad de sus clientes al momento de realizar sus compras, mientras que el 15% asegura que sus clientes siempre se muestran cómodos al realizar sus compras.

#### 4.1.3. Calidad de manipuleo

La manipulación de los recursos hidrobiológicos requiere de mucha destreza para garantizar su inocuidad e higiene, y deben cumplir mínimamente las BPM y las normas de control de calidad bastante común y frecuente, puesto que los recursos hidrobiológicos necesitan ser, lavados, descamados, trozados, empacados. Con tal motivo se realizó la observación, análisis y uso de

métodos de recolección de datos para medir estas dimensiones, se debe adecuar al cumplimiento de las normas.

Para lo cual hacemos énfasis en lo importante que proteger el pescado de las condiciones climáticas adversas, ya que la exposición al aire y al calor puede alterarlo y deshidratarlo, provocando signos de deterioro cuando llega a tierra. Durante su manipulación, se debe tener cuidado para evitar daños físicos, como erosiones en la superficie o hematomas, causados por elementos punzantes como palas y horquillas. Se recomienda lavar el pescado con abundante agua de mar o del lugar de captura para eliminar el barro y el mucus superficial, ya que estos pueden actuar como medios de cultivo para las bacterias que provocan la putrefacción. (Avdalov, N. 2009).

#### ***4.1.3.1. Indumentaria***

La indumentaria de los comerciantes de recursos hidrobiológicos en el mercado Municipal de Abastos de Chancay es bastante elemental, en su mayoría tienen la indumentaria incompleta o en mal estado; el uso de la indumentaria casi no forma parte de su cultura de inocuidad, ya que, nadie utiliza guantes ni tocas, la indumentaria usada más común serían los mandiles y las botas, que en algunos casos se encuentran en mal estado o en otros casos se utiliza solo en ocasiones. Falta de conocimiento de las normas de seguridad, inocuidad y control de calidad de estos recursos.

Según la OPS (2017) la vestimenta apropiada para realizar actividades que impliquen la manipulación de recursos hidrobiológicos es:

Una gorra que cubra totalmente el cabello para evitar su caída. Guardapolvo de color claro utilizado solamente en el área de trabajo. Un barbijo que cubra nariz y boca. Delantal plástico. Guantes. Calzado exclusivo.

Figura 21. Indumentaria de los comerciantes



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Adicional a lo observado se les realizo una encuesta, donde ellos puedan responder acerca del uso de la indumentaria adecuada para la actividad que realizan.

Tabla 7

*Resultados de encuesta del uso de indumentarias*

| ¿Se utiliza la indumentaria apropiada para ejecutar actividades que involucre la manipulación de recursos hidrobiológicos? |            |         |              |         |
|--|------------|---------|--------------|---------|
| Nunca  | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| 5  | 11         | 3       | 1            | 0       |

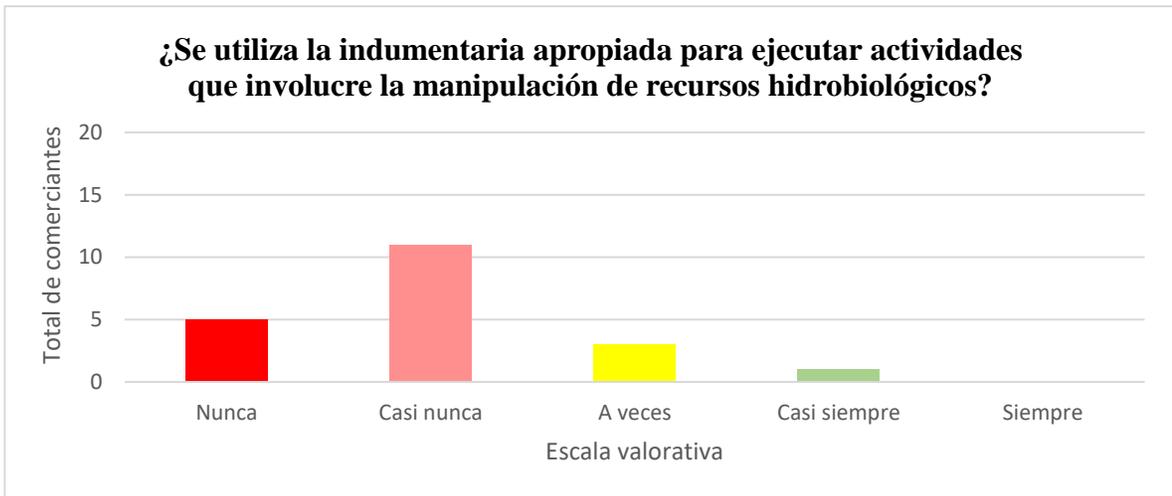
Fuente: Elaborado por los autores 2023

Como se observa en la tabla, según la encuesta, 5 comerciantes admiten nunca usar la indumentaria adecuada para la comercialización de recursos hidrobiológicos, 11 comerciantes dicen que casi nunca la usan, 3 revelan que a veces la usan, y 1 asegura que

casi siempre utiliza la indumentaria adecuada. Necesidad de implementar y capacitar en el uso adecuado de las indumentarias para asegurar la inocuidad según normas establecidas.

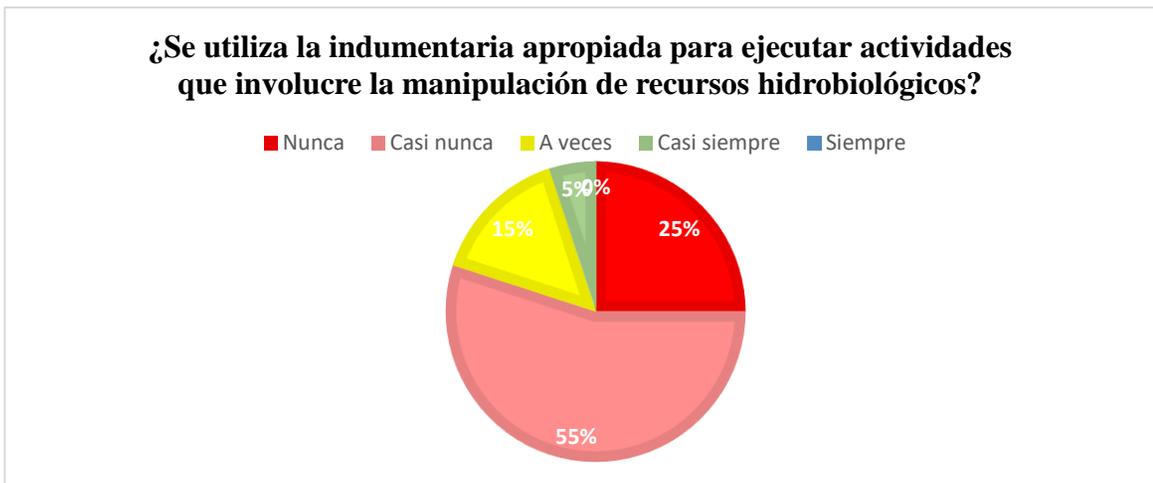
Todos los vendedores deberán de realizarse un examen médico 02 veces al año, el cual certifique que se encuentra en buen estado de salud y/o que no tenga algún tipo de enfermedad o herida que pueda generar contaminación a los recursos hidrobiológicos (DIGESA, 2000).

Figura 22. Interpretación de barras en relación al correcto uso de indumentaria.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 23. Interpretación circular en relación al correcto uso de indumentaria.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

**INTERPRETACION.** Según los propios comerciantes, el 25% reconoce nunca usar la indumentaria adecuada para la comercialización de recursos hidrobiológicos, el 55% admite casi nunca utilizarla, mientras que el 15% nos indica que a veces la utiliza, y solo el 5% refiere que siempre utiliza su indumentaria adecuada.

#### ***4.1.3.2. Higiene del personal***

Los comerciantes demuestran interés por el aseo personal y mantener la higiene dentro del desarrollo de sus actividades, desarrollan el correcto lavado de manos, generando seguridad y confianza a los clientes, sin embargo, existen aún detalles en la higiene que se deben de corregir para salvaguardar la inocuidad de los producto y evitar la contaminación cruzada, los cuales son: algunos comerciantes mantienen la barba crecida, el cabello largo y suelto, uñas largas; aspectos que deben de ser corregidos.

Figura 24. Comerciante con uñas sucias.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 25. Comerciante con cabello suelto y contaminación cruzada con el periódico.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Se realizó una encuesta para conocer que piensan los comerciantes sobre la higiene personal y la relación que tiene con la actividad que realizan.

Tabla 8

*Resultados de encuesta sobre la importancia del aseo personal*

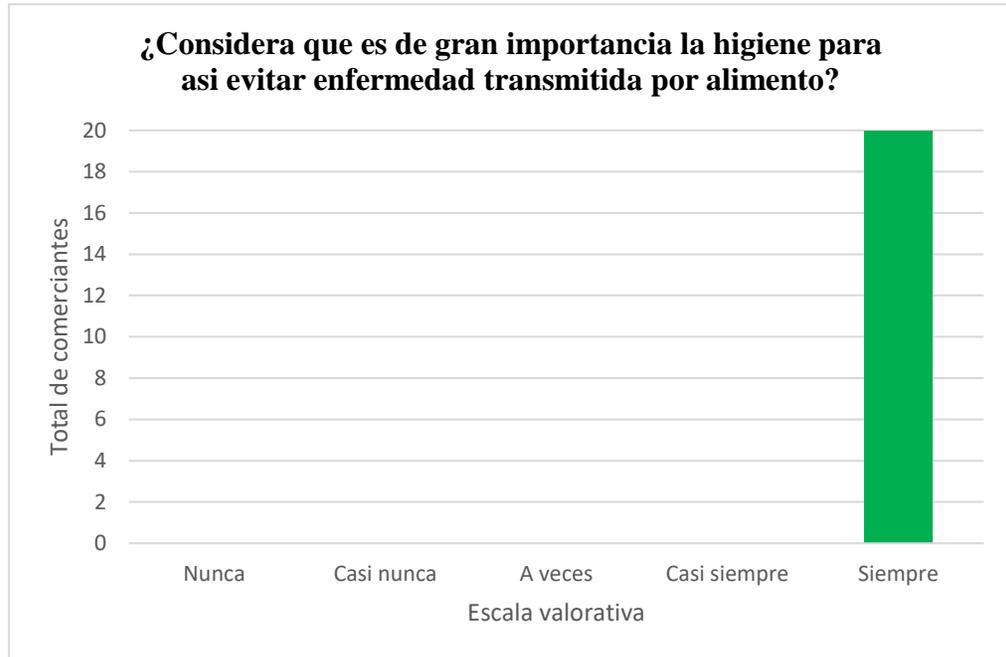
| ¿Considera que es de gran importancia la higiene para así evitar enfermedad transmitida por alimento? |            |         |              |         |
|---|------------|---------|--------------|---------|
| Nunca   | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| 0   | 0          | 0       | 0            | 20      |

Fuente: Elaborado por los autores 2023

La encuesta revela que 20 de los comerciantes consideran que siempre es importante la higiene para evitar las ETA's.

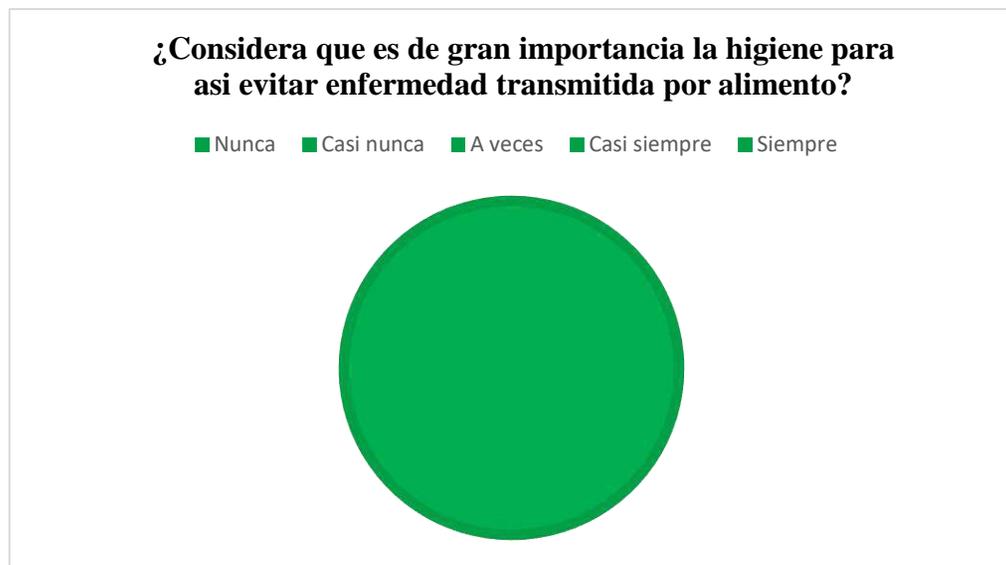
Para mejor comprensión visual se generaron los siguientes gráficos.

Figura 26. Interpretación en barras con relación de la importancia de la higiene.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 27. Interpretación circular con relación de la importancia de la higiene.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

**INTERPRETACION.** El 100% de comerciantes le da importancia a la higiene personal, lo que es bueno para asegurar la inocuidad de los productos.

También se realizó encuestas sobre el correcto lavado.

Tabla 9

*Resultados de encuesta del correcto lavado de manos*

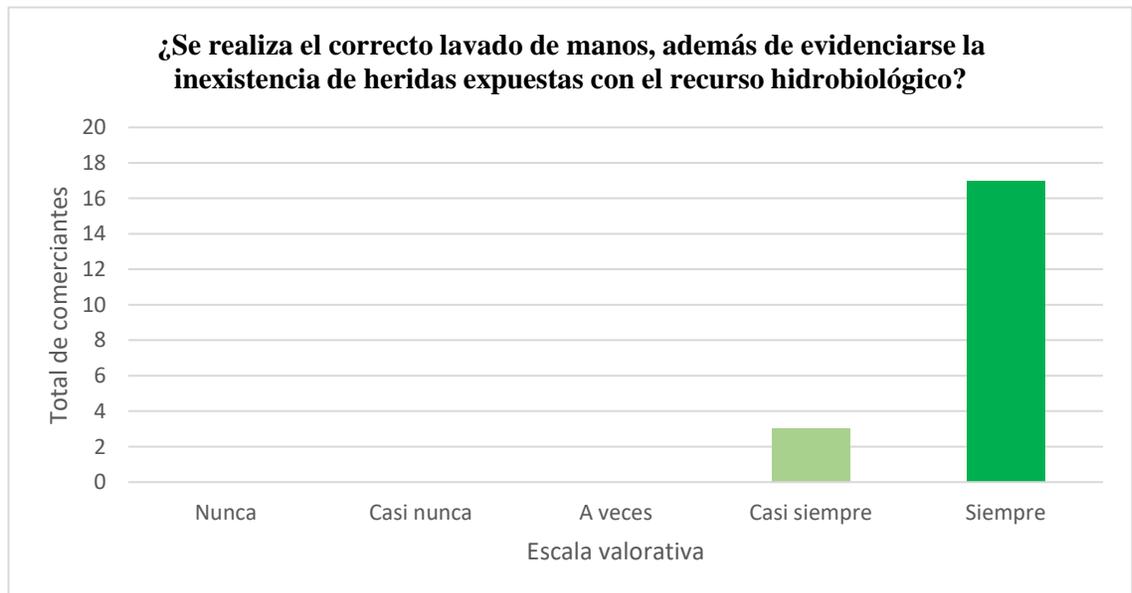
| ¿Se realiza el correcto lavado de manos, además de evidenciarse la inexistencia de heridas expuestas con el recurso hidrobiológico? |            |         |              |         |
|---|------------|---------|--------------|---------|
| Nunca   | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| 0   | 0          | 0       | 3            | 17      |

Fuente: Elaborado por los autores 2023

La encuesta nos arroja que, 3 comerciantes dicen casi siempre realizar el correcto lavado de manos, justificando que en raras ocasiones se lavan solo superficialmente por motivos de agilizar el trabajo que exige rapidez, mientras que 17 comerciantes aseguran realizar el correcto lavado de manos en todo momento.

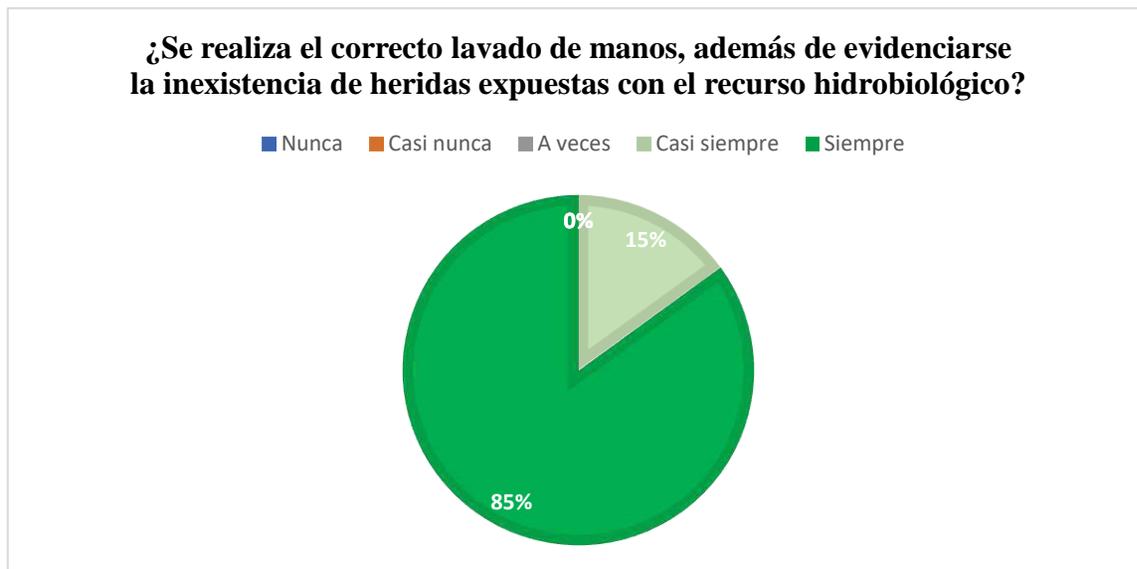
Se realizaron gráficos para mejor comprensión visual.

Figura 28. Interpretación en barras en relación con el correcto lavado de manos.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 29. Interpretación circular en relación con el apropiado aseo de manos.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

**INTERPRETACION.** Del gráfico se puede interpretar que 15% cumplen medianamente con el lavado de manos, pero el 85% de comerciantes si cumplen con el lavado de manos correctamente aproximándose a lo ideal.

Según los resultados obtenidos hacemos énfasis en lo que indica nuestras bases teóricas respecto al lavado de manos el cual debe cubrir desde los antebrazos hasta la punta de los dedos, y se recomienda utilizar un cepillo para limpiar las uñas. Después del lavado con jabón, es importante enjuagar completamente con agua potable. El secado de las manos debe hacerse exclusivamente con toallas de papel desechables y nunca con toallas de tela, ya que existe el riesgo de volver a contaminar las manos. (Avdalov, N. 2009).

#### ***4.1.3.3. Buenas prácticas de manipuleo***

Los comerciantes de recursos hidrobiológicos en el Mercado municipal de Abastos de Chancay han desarrollado gran destreza para la manipulación de sus productos y junto a ello también han desarrollado cultura de higiene e inocuidad, ya que practican el lavado

de manos y conocen las medidas de higiene que se deben de tener, sin embargo, algunos comerciantes creen que solo es lavarse las manos e ignoran el hecho de tener uñas largas o no usar su indumentaria adecuada. Necesidad de crear conciencia en cuidar en lo que es calidad de atención, calidad de servicio y bienestar de salud de ambas partes.

En lo que respecta a la conservación de alimentos se puede asegurar que no existe una cadena de frío y que los recursos si bien es cierto están limpios y frescos, no están bajo ninguna técnica de conservación, lo cual favorece a su más rápida degradación.

Es esencial destacar la presencia y relevancia de la Norma Sanitaria, cuyo propósito principal es asegurar la sanidad y seguridad de la producción y comercio de pescado y productos pesqueros. Esta normativa se enfoca en garantizar que los productos sean aptos para el consumo humano, estén adecuadamente etiquetados, manipulados, procesados y almacenados en ambientes higiénicos. Además, la norma se asegura de que estos productos estén libres de cualquier factor o condición que pueda representar un riesgo para la salud de los consumidores, con el fin de proteger la salud pública (D.S. 040-2001-PE).

Se realizó una encuesta a los comerciantes para medir el conocimiento que tenían acerca de esta dimensión.

Tabla 10

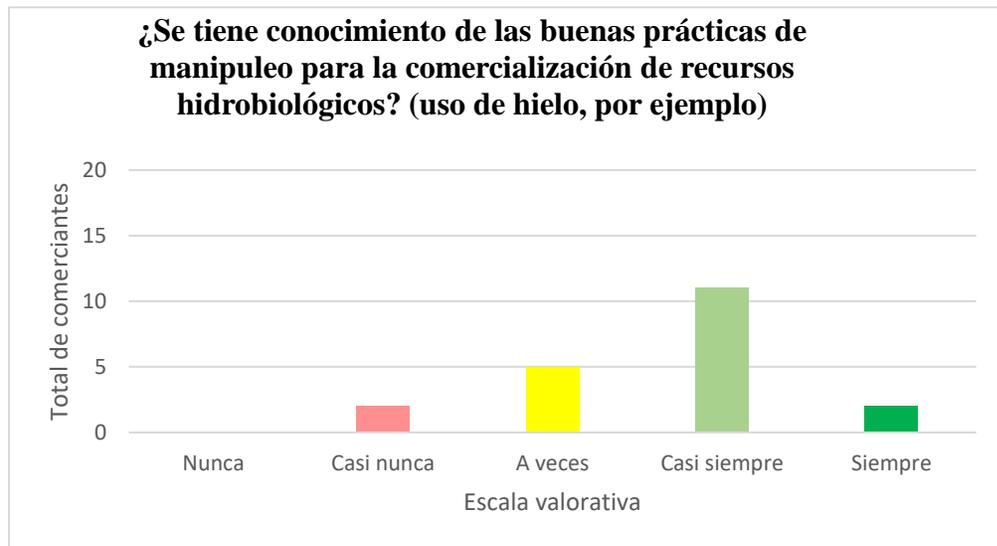
*Resultados de encuesta de las buenas prácticas de manipuleo*

| ¿Se tiene conocimiento de las buenas prácticas de manipuleo para la comercialización de recursos hidrobiológicos? (uso de hielo, por ejemplo) |            |         |              |         |
|---|------------|---------|--------------|---------|
| Nunca   | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| 0   | 2          | 5       | 11           | 2       |

Fuente: Elaborado por los autores 2023

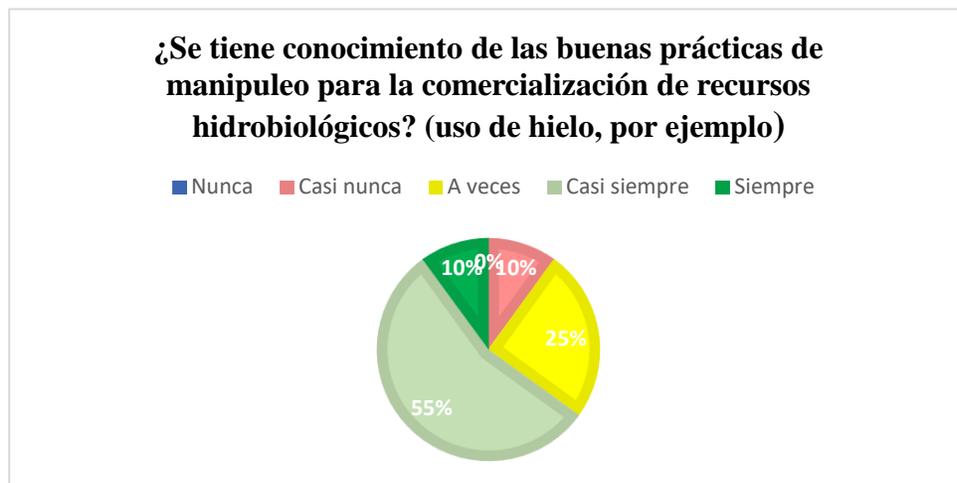
En la encuesta se pudo evidenciar que 02 comerciantes bajo el indicador casi nunca admiten no conocer mucho sobre las BPM, 05 comerciantes dicen conocer un poco (indicador a veces), 11 comerciantes aseguran tener algún conocimiento sobre las BPM, mientras que 02 afirman conocerlas.

Figura 30. Interpretación en barras en relación con el conocimiento de BPM.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 31. Interpretación circular en relación con el conocimiento de BPM.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

**INDICADOR.** Del gráfico de pastel se puede interpretar que 55% de comerciantes aseguran tener conocimiento de las BPM, por lo que es necesario el entrenamiento o capacitación en este rubro por tratarse de alimentos perecibles se debe tener en cuenta.

#### 4.1.4. Calidad de producto

Durante la investigación se ha definido de distintas maneras lo que es la calidad, por ello, se realizó una encuesta para medir el conocimiento que tienen los comerciantes sobre este término.

Tabla 11

*Resultados de encuesta sobre conocimiento de calidad de productos*

| ¿Sabe lo que es calidad de producto? |            |         |              |         |
|--------------------------------------|------------|---------|--------------|---------|
| Nunca                                | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| 0                                    | 1          | 6       | 11           | 2       |

Fuente: Elaborado por los autores 2023

En la encuesta, 01 comerciante admite bajo el indicador casi nunca que conoce muy poco sobre como brindar calidad, otros 06 aseguran tener ideas básicas bajo el indicador a veces, 11 comerciantes afirman estar al tanto de lo que concierne el termino calidad, mientras que otros dos aseguran que están bastante enterados de como brindar calidad en sus productos.

Se generaron gráficos para una mejor comprensión visual.

Figura 32. Interpretación de barras en relación con calidad de producto.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 33. Interpretación circular en conexión con calidad de producto.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

**INTERPRETACION.** El 05% reconoce no saber que es la calidad del producto, un 30% nos indica que conoce poco, un 55% que tiene conocimientos y un 10% que asegura saber.

Recordemos que el autor Alcalde, P. 2010 refiere la calidad del producto a las funciones o características específicas para que sean útiles y satisfagan las necesidades de los usuarios. Estas características tienden a ser de índole técnica en el caso de productos y adquieren un carácter más humano en el ámbito de los servicios. Sin embargo, en la actualidad, la entrega de un producto se percibe incompleta sin el valor añadido de un servicio de calidad.

#### **4.1.4.1. Frescura**

Al ser Chancay un distrito portuario la mayoría de los recursos hidrobiológicos que se comercializan en el Mercado Municipal de Abastos de Chancay son de la zona, teniendo así una trazabilidad bastante corta.

El concepto de "recurso hidrobiológico fresco" hace referencia a aquel producto que, luego de ser sometido a un análisis organoléptico, ha alcanzado la calificación más

alta y se considera adecuado para el consumo humano. Este recurso puede ser enfriado o refrigerado a una temperatura que oscila entre 1°C y -1°C, sin llegar a congelarse y sin la necesidad de añadir sustancias conservantes (Carrasco, 2014).

Se realizó una encuesta a los comerciantes para conocer cómo se relacionan con la frescura de los productos que comercializan.

Tabla 12

*Resultados de encuesta con relación a la cualidad de frescura*

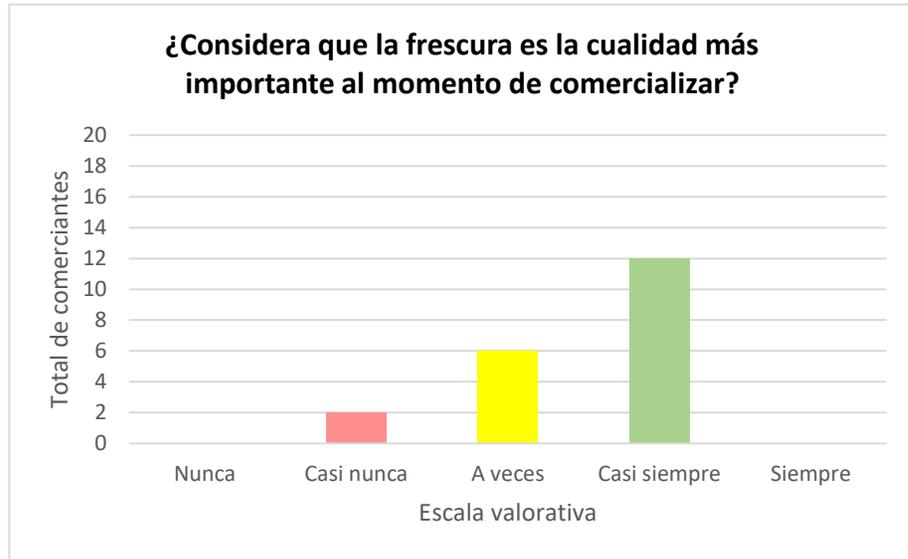
| ¿Considera que la frescura es la cualidad más importante al momento de comercializar? |            |         |              |         |
|---|------------|---------|--------------|---------|
| Nunca   | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| 0   | 2          | 6       | 12           | 0       |

Fuente: Elaborado por los autores 2023

En la encuesta 02 comerciantes bajo el indicar de casi nunca nos indican que la frescura no es lo más importante para ellos al momento de vender, nos dicen que es importante y necesario pero que otras cualidades son más comerciales para ellos, 06 comerciantes indican que a veces la frescura es la cualidad más importante al momento de comercializar, mientras que 12 comerciantes aseguran que la frescura es casi siempre de importancia fundamental para la venta de sus productos.

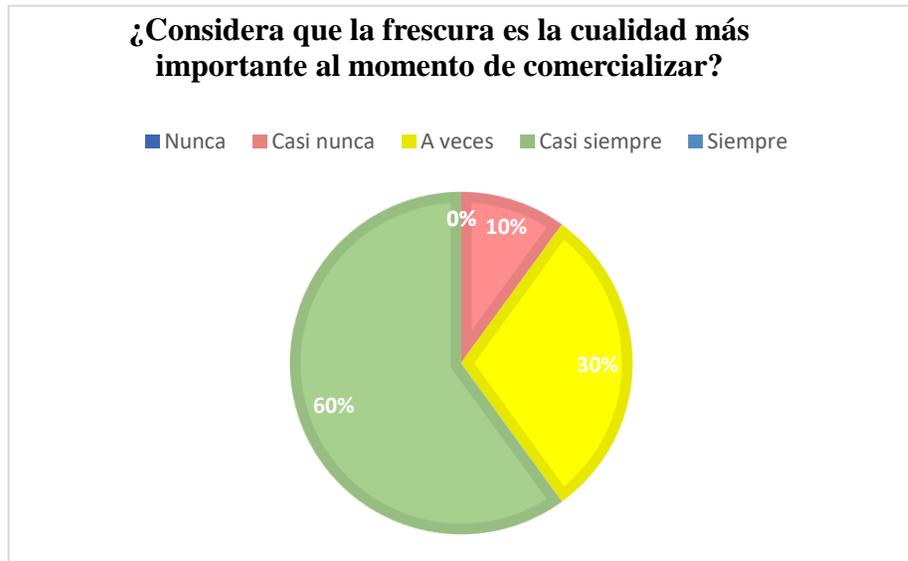
Se generaron gráficos para una mejor comprensión visual.

Figura 34. Interpretación de barras con relación a la importancia de la frescura.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 35. Interpretación circular con relación a la importancia de la frescura.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

**INTERPRETACION.** El 10% de los comerciantes nos manifiesta que casi nunca la presentación es una calidad importante al momento de comercializar sus productos, aseguran que los clientes saben lo que buscan y no es necesario exhibirlo “bonito”, el

30% manifiesta que a veces la presentación es importante pues llama la atención, mientras que el 60% de comerciantes indica que la presentación de sus productos casi siempre es importante.

Tabla 13

*Resultados de encuesta con respecto a la frescura*

| ¿Los recursos hidrobiológicos evidencian ser frescos? |            |         |              |         |
|---|------------|---------|--------------|---------|
| Nunca   | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| 0   | 0          | 0       | 0            | 20      |

Fuente: Elaborado por los autores 2023

Bajo esta encuesta nos encontramos con que la totalidad de los comerciantes asegurar comercializar recursos hidrobiológicos frescos.

Se generaron gráficos para una mejor comprensión visual.

Figura 36. Interpretación en barra en relación a la frescura del pescado.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 37. Interpretación circular en relación a la frescura del pescado.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

**INTERPRETACION.** Los comerciantes en su totalidad, es decir, el 100%, aseguran que los productos que se comercializan son frescos. Lo cual es una cualidad bastante buena y favorable, tanto para ellos mismos como para los consumidores.

Para comprobar la frescura de los recursos hidrobiológicos es necesario realizar un análisis organoléptico físico sensorial, por lo que se compraron algunos ejemplares al azar de diferentes puestos para su respectiva evaluación.

Para hacer la evaluación de análisis organoléptico es necesario contar con una tabla de valoración, por lo tanto, se usó la tabla de Wittfogel, propuesta por Teruya en 1973.

Tabla 14

*Tabla organoléptica de Wittfogel*

| <b>ZONA DE INSPECCION</b>        | <b>CARACTERISTICAS</b>   | <b>PUNTAJE</b> |
|----------------------------------|--|----------------|
| <b>SUPERFICIE Y CONSISTENCIA</b> | Lisa, brillante, mucilago claro y transparente. Consistencia firme y elástica bajo presión de los dedos.   | 4              |
|                                  | Aterciopelada y sin brillo, color pálido, lechoso y opaco. Consistencia relajada y elasticidad disminuida  | 3              |
|                                  | Granulosa, color aguado. Consistencia relajada.  | 2              |
|                                  | Muy granulosa. Consistencia blanda, se quedan impresos los dedos.  | 1              |
| <b>OJOS</b>                      | Globo ocular hinchado y abombado, cornea clara y brillante.  | 4              |
|                                  | Globo ocular plano, cornea opalescente, pupila opaca.  | 3              |
|                                  | Globo ocular hundido, cornea acuosa y turbia, pupila gris lechosa.   | 2              |
|                                  | Globo ocular contraído, cornea turbia, pupila opaca.   | 1              |
| <b>BRANQUIAS</b>                 | Color rojo sanguíneo, mucilago claro, transparente y filamentoso.  | 4              |
|                                  | Coloración rosa pálido, mucilago, opaco.   | 3              |
|                                  | Color rojo grisáceo y acuoso, mucilago lechoso, turbio o denso.  | 2              |
|                                  | Color sucio o marrón, rojizo, mucilago turbio.   | 1              |
| <b>CAVIDAD ABDOMINAL</b>         | Lóbulos ventrales con color natural, sin decoloración, lisas y brillantes, peritoneo firme, así como riñones y restos orgánicos, sangre rojo profundo. | 4              |

|             |   |   |
|-------------|---|---|
|             | Lóbulos ventrales aterciopelados y sin brillo, zona rojiza a lo largo de la columna vertebral, riñones y restos orgánicos con coloración rojo pálido. | 3 |
|             | Lóbulos ventrales amarillentos, peritoneo granuloso, áspero separable del cuerpo, riñones y restos orgánicos con color marrón rojizo.                 | 2 |
|             | Lóbulos ventrales turbios y pegajosos, peritoneo fácil de desgranar, riñones y restos orgánicos turbios y pastosos, sangre acuosa de color marrón.    | 1 |
| <b>OLOR</b> | Fresco como el agua de mar.   | 4 |
|             | Ya no como agua de mar, pero fresco y específico.   | 3 |
|             | Olor neutral o ligeramente ácido.   | 2 |
|             | Olor rancio.  | 1 |

| <b>Tabla de valoración</b> |                         |
|----------------------------|-------------------------|
| <b>Puntaje</b>             | <b>Grado de calidad</b> |
| 18-20                      | Extra o muy bueno       |
| 17-13                      | Buena                   |
| 12-9                       | Aceptado                |
| 8                          | Malo                    |

Fuente: Lizbeth Roxana PC (2019)

#### 4.1.4.1.1. Frescura de la Lorna

Para conocer el grado de frescura del recurso hidrobiológico Lorna que se comercializa en el Mercado Municipal de Abastos de Chancay, se realizó un análisis organoléptico, donde el puntaje obtenido fue de 18, lo que califica su grado de frescura como muy bueno. (Véase tabla 15).

Tabla 15

*Tabla organoléptica de la lorna*

| <b>ZONA DE INSPECCION</b>        | <b>OBSERVACION</b>   | <b>PUNTAJE</b> |
|----------------------------------|--|----------------|
| <b>SUPERFICIE Y CONSISTENCIA</b> | Lisa, brillante, mucilago claro y transparente. Consistencia firme y elástica bajo presión de los dedos.   | 4              |
| <b>OJOS</b>                      | Globo ocular hinchado y abombado, cornea clara y brillante.  | 4              |
| <b>BRANQUIAS</b>                 | Coloración rosa pálido, mucilago, opaco.   | 3              |
| <b>CAVIDAD ABDOMINAL</b>         | Lóbulos ventrales con color natural, sin decoloración, lisas y brillantes, peritoneo firme, así como riñones y restos orgánicos, sangre rojo profundo. | 4              |
| <b>OLOR</b>                      | Ya no como agua de mar, pero fresco y específico.  | 3              |
| <b>PUNTAJE TOTAL</b>             |  | <b>18</b>      |

Fuente: Kimberlyn Blas y Wendy Samanamú.

#### 4.1.4.1.2. Frescura de la corvina

Para evaluar el grado de frescura con el que se comercializa la corvina, se llevó a cabo un análisis organoléptico al azar. Este análisis arrojó una puntuación de 19, clasificándolo como muy bueno. (Consultar tabla 16).

Tabla 16

*Tabla organoléptica de corvina*

| <b>ZONA DE INSPECCION</b>        | <b>OBSERVACION</b>  | <b>PUNTAJE</b> |
|----------------------------------|---|----------------|
| <b>SUPERFICIE Y CONSISTENCIA</b> | Lisa, brillante, mucilago claro y transparente. Consistencia firme y elástica bajo presión de los dedos.  | 4              |
| <b>OJOS</b>                      | Globo ocular hinchado y abombado, cornea clara y brillante.   | 4              |
| <b>BRANQUIAS</b>                 | Color rojo sanguíneo, mucilago claro, transparente y filamentoso.   | 4              |
| <b>CAVIDAD ABDOMINAL</b>         | Lóbulos ventrales aterciopelados y sin brillo, zona rojiza a lo largo de la columna vertebral, riñones y restos orgánicos con coloración rojo pálido. | 3              |
| <b>OLOR</b>                      | Fresco como agua de mar.  | 4              |
| <b>PUNTAJE TOTAL</b>             |   | <b>19</b>      |

Fuente: Kimberlyn Blas y Wendy Samanamu.

#### 4.1.4.1.2. Frescura de la caballa

Para conocer la frescura en el que se comercializa el recurso hidrobiológico caballa, se realizó un análisis organoléptico de manera aleatoria, donde se obtuvo un puntaje de 15, calificando la frescura como buena. (Véase tabla 17).

Tabla 17

*Tabla organoléptica de la caballa*

| <b>ZONA DE INSPECCION</b>        | <b>OBSERVACION</b>  | <b>PUNTAJE</b> |
|----------------------------------|---|----------------|
| <b>SUPERFICIE Y CONSISTENCIA</b> | Aterciopelada y sin brillo, color pálido, lechoso y opaco. Consistencia relajada y elasticidad disminuida   | 3              |
| <b>OJOS</b>                      | Globo ocular plano, cornea opalescente, pupila opaca.   | 3              |
| <b>BRANQUIAS</b>                 | Coloración rosa pálido, mucilago, opaco.  | 3              |
| <b>CAVIDAD ABDOMINAL</b>         | Lóbulos ventrales aterciopelados y sin brillo, zona rojiza a lo largo de la columna vertebral, riñones y restos orgánicos con coloración rojo pálido. | 3              |
| <b>OLOR</b>                      | Ya no como agua de mar, pero fresco.  | 3              |
| <b>PUNTAJE TOTAL</b>             |   | <b>15</b>      |

Fuente: Kimberlyn Blas y Wendy Samanamú.

#### 4.1.4.2. Presentación

La presentación de los recursos hidrobiológicos está enfocada a la demanda de los consumidores, ya que podemos encontrar pescados en representación de enteros, trozados, fileteados; moluscos en mixturas, limpios, cortados, enteros; crustáceos vivos, muertos, etc.

Figura 38. Presentación del comercio de productos hidrobiológicos.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 39. Exhibición de la venta de recursos hidrobiológicos.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Se realizó una encuesta para conocer cómo se relacionan los comerciantes con la presentación de sus productos.

Tabla 18

*Resultados de encuesta con respecto a la presentación de los productos*

| ¿Cree que la presentación de los recursos hidrobiológicos es importante? |            |         |              |         |
|--|------------|---------|--------------|---------|
| Nunca  | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| 0  | 0          | 0       | 3            | 17      |

Fuente: Elaborado por los autores 2023

La encuesta evidencia que, 03 comerciantes aseguran que la presentación casi siempre es importante al momento de comercializar sus productos, mientras que 17 comerciantes afirman que la presentación siempre es importante al momento de vender.

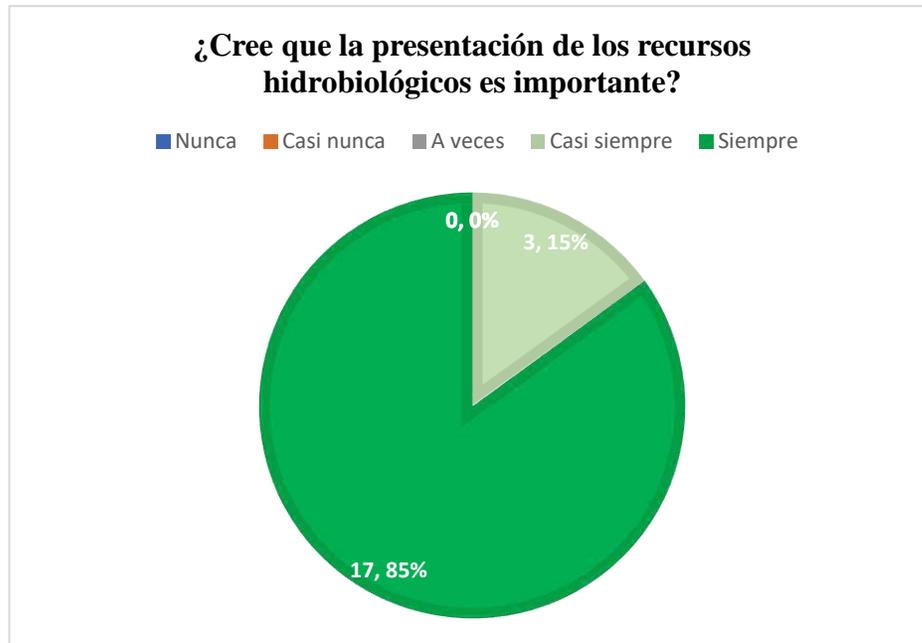
Se generaron gráficos para una mejor comprensión visual.

Figura 40. Interpretación en barras en relación a la importancia de la presentación del recurso hidrobiológico.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 41. Interpretación circular en relación a la importancia de la presentación del recurso hidrobiológico.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

**INTERPRETACION.** Se observa que el 85% de los comerciantes valoran altamente la presentación de sus productos durante la comercialización, mientras que el restante 15% lo considera relevante pero no prioritario. Según esta percepción, parece que se cumple con las Normas de DIGESA en este aspecto.

#### 4.1.5. Segmentación de mercado

Esta segmentación se da a cabo de que los comerciantes a lo largo de su experiencia han adquirido conocimientos y saben reconocer a sus posibles clientes y a sus necesidades, a los cuales se han ido adaptando, ya sean amas de casa, revendedores o dueños de restaurantes.

##### 4.1.5.1. Frecuencia de consumo

Los comerciantes reconocen la frecuencia con la que venden sus productos y las cantidades que demanda.

Para conocer la realidad del consumo de pescado se realizó una encuesta.

Tabla 19

*Resultados de encuesta la frecuencia de compra de recursos hidrobiológicos*

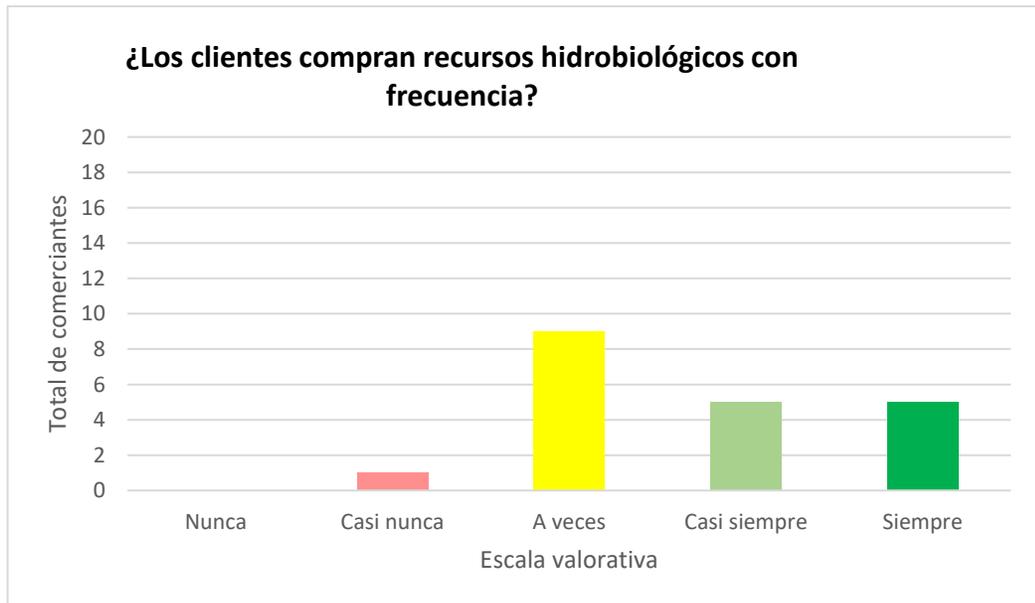
| ¿Los clientes compran recursos hidrobiológicos con frecuencia? |            |         |              |         |
|--|------------|---------|--------------|---------|
| Nunca  | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| 0  | 1          | 9       | 5            | 5       |

Fuente: Elaborado por los autores 2023

A través de la encuesta, 01 comerciante nos dice que casi nunca los clientes deciden comprar pescado, justifica su opinión pues considera que sus clientes muy pocas veces realizan compras, 09 comerciantes indican que sus clientes a veces consumen pescado, 05 manifiestan que casi siempre sus clientes consumen recursos hidrobiológicos, confiesa también trabajar con dueños de negocios de comida a quienes provee sus recursos, mientras que 05 comerciantes indican que siempre les consumen, incluso casi a diario, también confiesan tener contacto con revendedores y dueños de restaurantes.

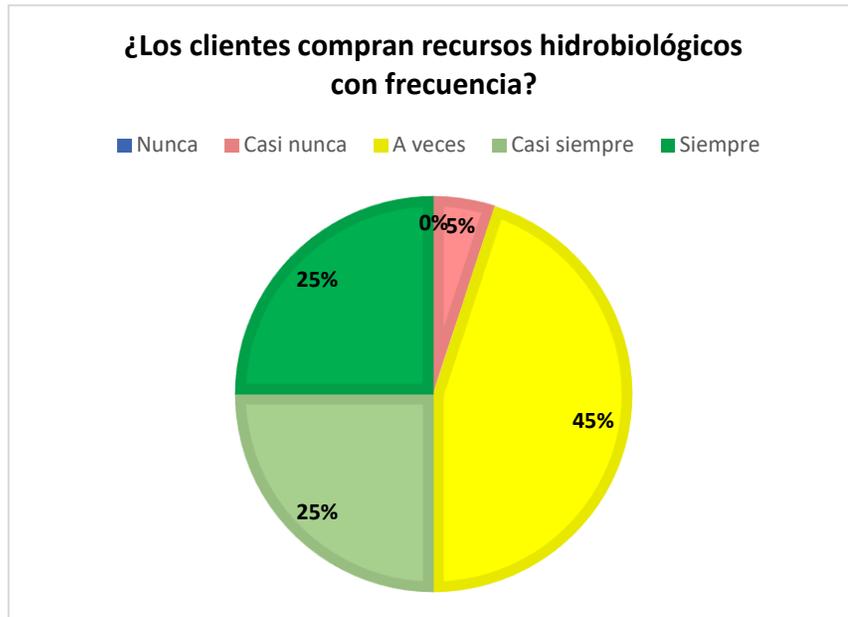
Para una mejor comprensión visual, se generaron gráficos.

Figura 42. Interpretación en barras con relación a la frecuencia de compra de pescado.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 43. Interpretación circular con relación a la frecuencia de compra de pescado.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

**INTERPRETACION.** Basándonos en el gráfico, se deduce que el 45% de los usuarios compra los recursos hidrobiológicos de manera irregular en este mercado, mientras que el 25% compra con mayor frecuencia y otro 25% realiza compras de manera constante, es decir, acude siempre a este mercado.

#### ***4.1.5.2. Comportamiento de compra***

A su larga experiencia como comerciantes de recursos hidrobiológicos, han aprendido a reconocer las preferencias de consumo de sus principales clientes, y por ello traen especies comerciales y a gusto del cliente, además de enfocarse en las presentaciones de los mismos.

Se realizó una encuesta en la que le preguntamos a los comerciantes el comportamiento de compra de sus clientes respecto a sus productos y otros que se ofrecen en el mercado.

Tabla 20

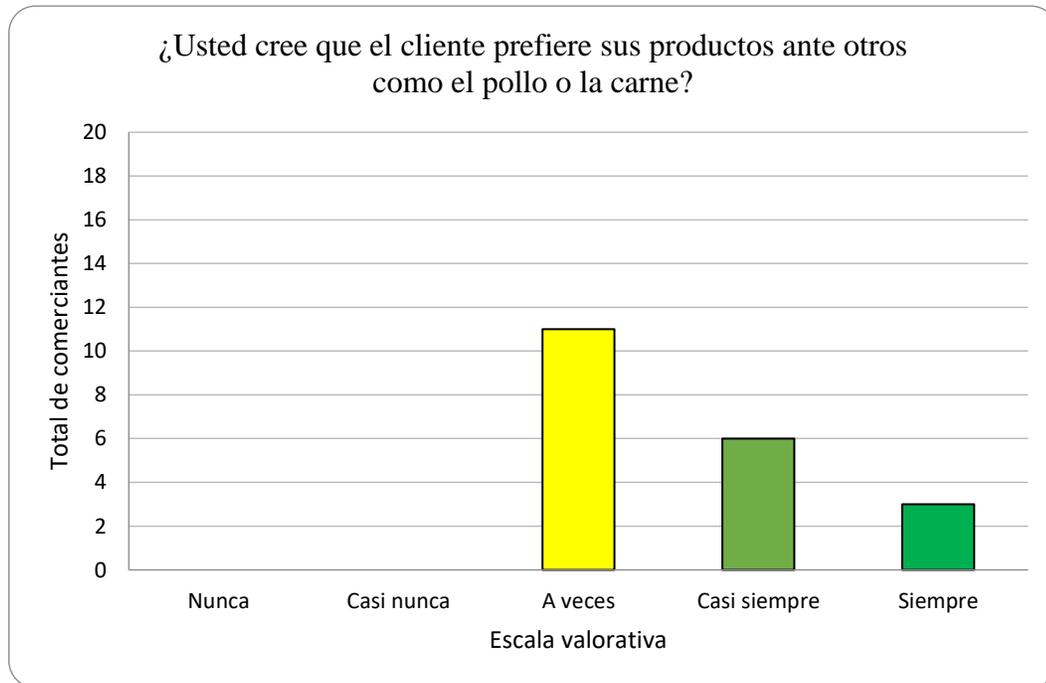
*Resultados de encuesta de preferencia de productos en el mercado de Chancay*

| ¿Usted cree que el cliente prefiere sus productos ante otros como el pollo o la carne? |            |         |              |         |
|--|------------|---------|--------------|---------|
| Nunca  | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| 0  | 0          | 6       | 11           | 3       |

Fuente: Elaborado por los autores 2023

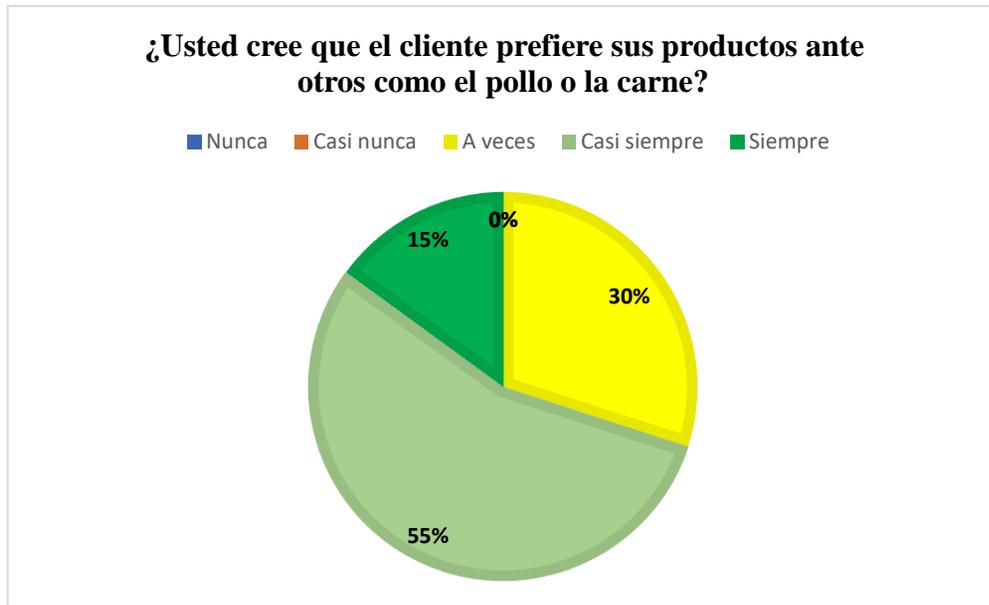
De la encuesta 06 comerciantes indicaron que a veces sus clientes prefieren otros productos más cotidianos antes que consumir recursos hidrobiológicos, otros 11 comerciantes indicaron que casi siempre sus clientes prefieren comprar y consumir sus productos antes que otros, indican que sus clientes conocen las bondades de los recursos hidrobiológicos y por eso lo prefieren, otros 03 comerciantes indican que sus clientes siempre prefieren sus productos antes que otros. Se generaron gráficos para una mejor comprensión visual.

Figura 44. Interpretación en barras en relación a la preferencia por pescado frente a otros productos.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 45. Interpretación circular en relación a la preferencia por pescado frente a otros productos.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

**INTERPRETACION.** El grafico se interpreta que 55% de usuarios tienen una preferencia por sus productos expendidos en el mercado, el 30 % prefieren con menor frecuencia y 15% prefieren raras veces o esporádicamente. Comparando con algunas referencias bibliográficas todavía falta más responsabilidad y alcanzar la satisfacción deseada.

#### 4.1.6. Producto

Se comercializan principalmente recursos hidrobiológicos comerciales, de acuerdo a la demanda de sus clientes.

Otro aspecto que los comerciantes tienen en cuenta es la accesibilidad de sus productos para los consumidores del Mercado Municipal de Chancay, el por ello que realizamos una encuesta.

Tabla 21

*Resultados de encuesta de comercialización de productos adecuados a su economía*

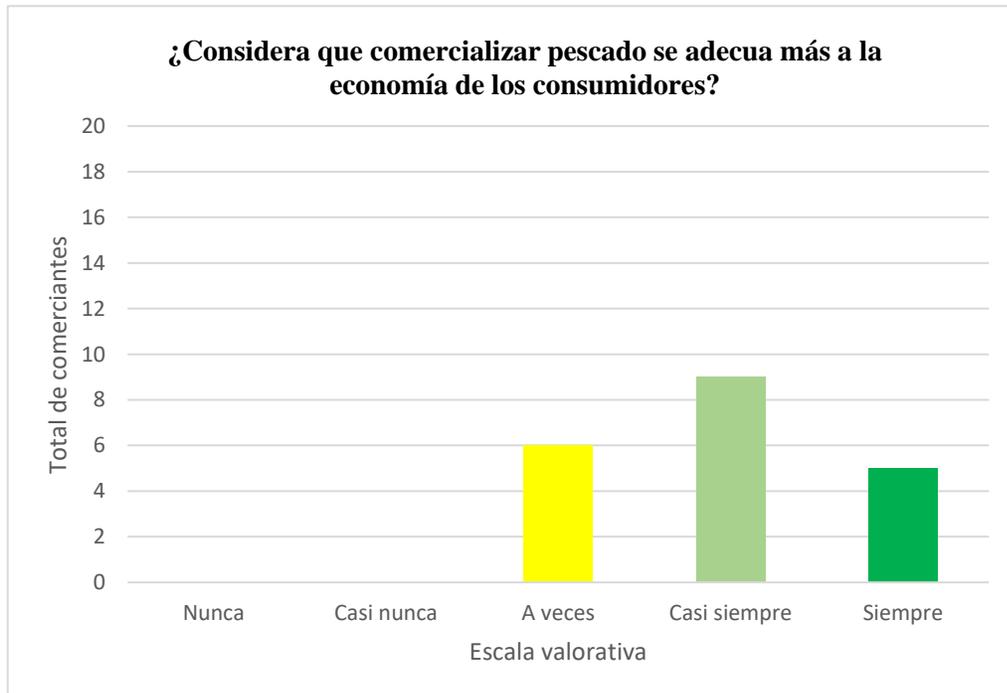
| ¿Considera que comercializar pescado se adecua más a la economía de los consumidores? |            |         |              |         |
|---|------------|---------|--------------|---------|
| Nunca   | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| 0   | 0          | 6       | 9            | 5       |

Fuente: Elaborado por los autores 2023

Según la encuesta, 06 comerciantes consideran que a veces los productos hidrobiológicos están adecuados a la economía de los consumidores, además nos indican que eso es muy variable, ya que, los precios de las carnes son bastantes cambiantes, otros 09 comerciantes nos indican que casi siempre los recursos hidrobiológicos están más adecuados a la economía de los clientes, indican que por ello existe la variedad de recursos y que pueden encontrar opciones bastante económicas, mientras que 05 comerciantes nos dicen que siempre es más rentable comprar recursos hidrobiológicos puesto a la relación calidad-precio.

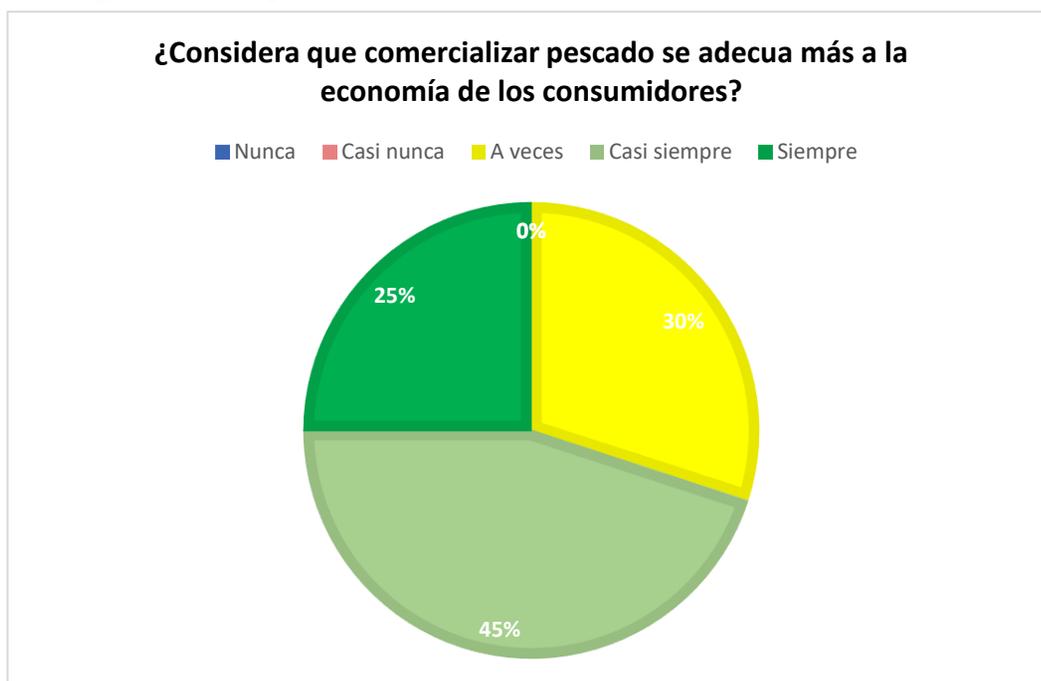
Se generaron gráficos para una mejor comprensión visual.

Figura 46. Interpretación en barras en relación comercialización – economía.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 47. Interpretación circular en relación comercialización – economía.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

**INTERPRETACION.** Del grafico se interpreta el 25% manifiestan que en este mercado comercializan siempre productos acordes a su economía precaria, 30% manifiestan que a veces comercializan productos acordes a su economía mediana, y 45 por ciento consideran que siempre comercializan productos de acuerdo a sus necesidades nutritivas.

#### **4.1.6.1. Beneficio**

Tanto comerciantes como clientes conocen al menos una propiedad beneficiosa de consumir recursos hidrobiológicos, y no solo se refirieron a los beneficios nutricionales, sino también a los beneficios sociales; entre los principales beneficios nos mencionaron:

- Los recursos hidrobiológicos tienen muchas proteínas y vitaminas buenas para la salud.

- El consumo de pescado es favorable para el desarrollo cognitivo.
- El pescado puede ser agregado a dietas blandas.
- Consumir pescado en Chancay ayuda y genera trabajo a los hermanos pescadores.
- Cuando los propietarios de restaurantes adquieren productos, están optando por productos frescos, lo cual beneficia directamente a la calidad de la actividad gastronómica que llevan a cabo.

#### **4.1.6.2. Variedad**

Los productos que principalmente se comercializan en cuanto a pescados son: bonito, jurel, caballa, lorna, mismos, lisa, corvina, lenguado, perico, tollo, trambollo, chita, tilapia, pintadilla, entre otros; en cuanto a moluscos tenemos pota, calamar, pulpo, choro y lapa; y en crustáceos tenemos tipos de cangrejos, langostinos y camarón de río.

Figura 48. Variedad de recursos hidrobiológicos.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 49. Venta de productos hidrobiológicos.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Se realizó una encuesta para conocer la perspectiva que tiene los comerciantes frente a la variedad de productos que ofrecen.

Tabla 22

*Resultados de encuesta de variedad de recursos*

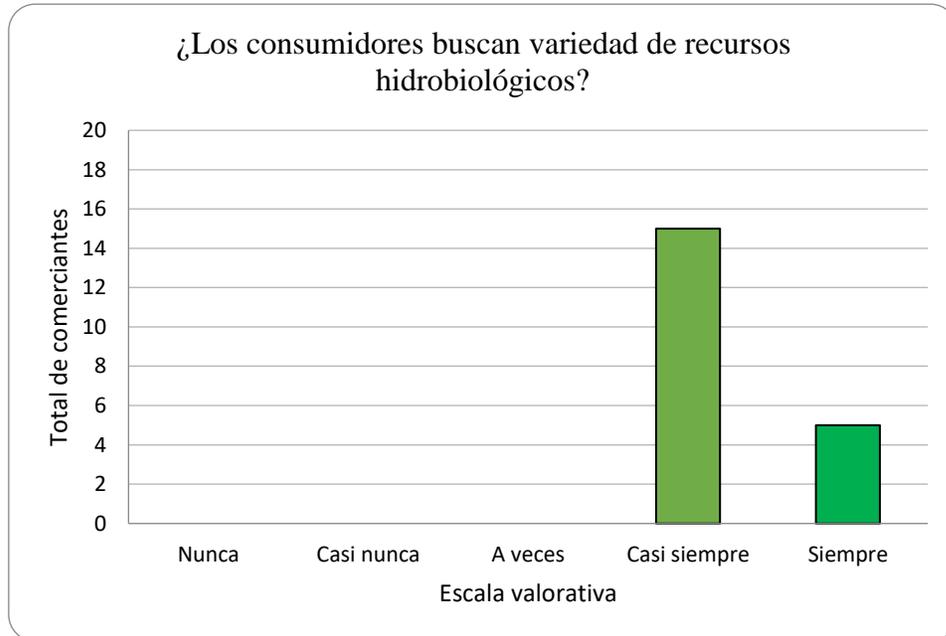
| ¿Los consumidores buscan variedad de recursos hidrobiológicos? |            |         |              |         |
|--|------------|---------|--------------|---------|
| Nunca  | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| 0  | 0          | 0       | 15           | 5       |

Fuente: Elaborado por los autores 2023

De la encuesta, 15 comerciantes nos indican que casi siempre sus clientes buscan variedad, aunque también nos comentan que algunos buscan solo los productos más comerciales, mientras que otros 05 nos aseguran que siempre buscan variedad de recursos. Esto está en función de los artes y aparejos de pesca, capacidad de embarcación que utilizan, elementos necesarios para conservar la producción.

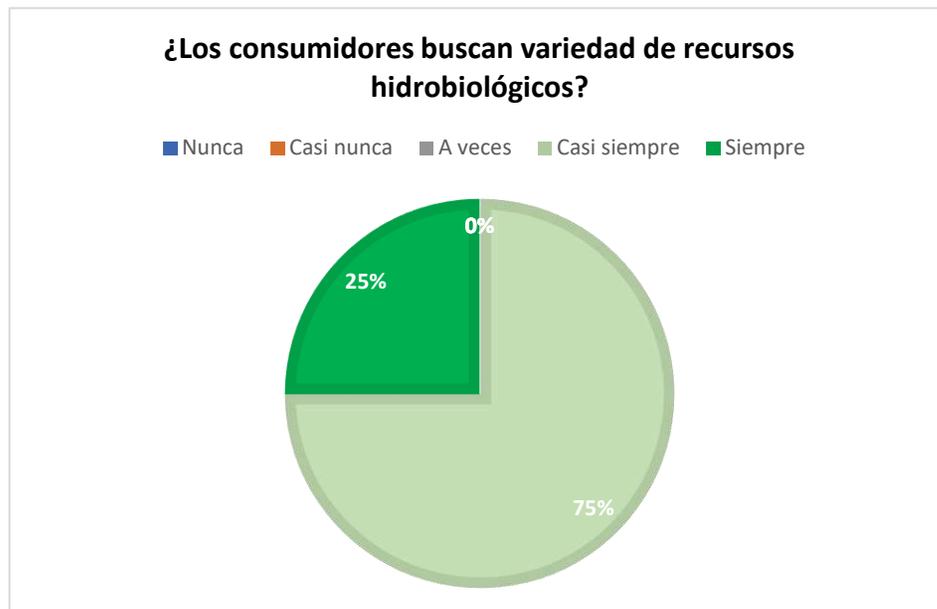
Para mejor comprensión visual, se generaron gráficos.

Figura 50. Interpretación en barras en relación a la variedad de consumo de recursos hidrobiológicos.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 51. Interpretación circular en relación a la variedad de consumo de recursos hidrobiológicos.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

**INTERPRETACION.** Con respecto al gráfico, nos indica que el 75% de los comerciantes asegura que casi siempre los clientes buscan variedad de recursos hidrobiológicos, mientras que el 25% manifiesta que siempre buscan lo más económico, es decir de acuerdo a sus capacidades de ingreso.

También les preguntamos acerca de los recursos hidrobiológicos que comercializan.

Tabla 23

*Resultados de encuesta de variedad de productos hidrobiológicos*

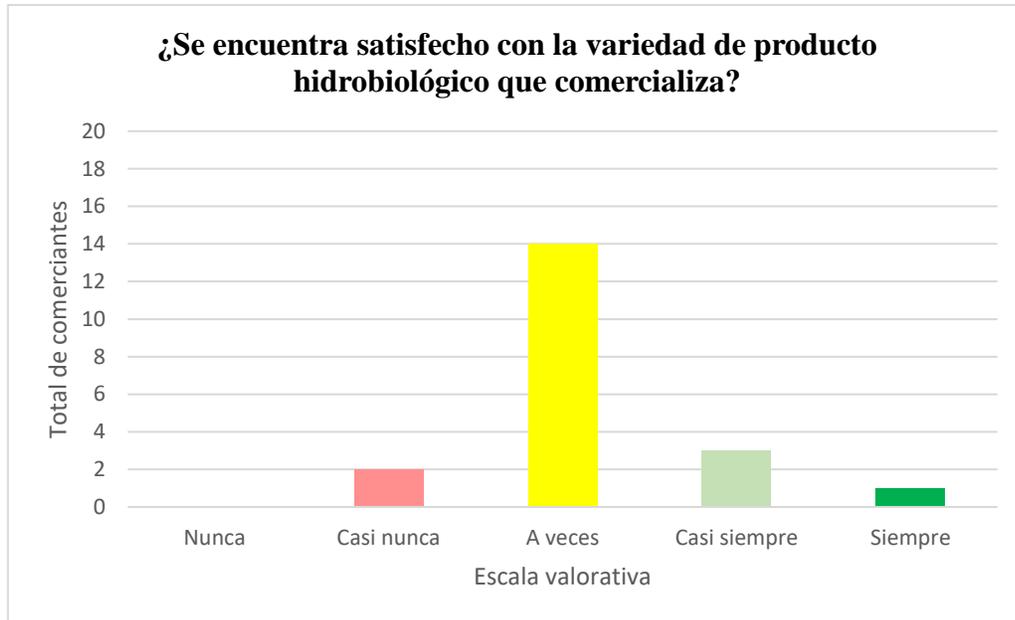
| ¿Se encuentra satisfecho con la variedad de producto hidrobiológico que comercializa? |            |         |              |         |
|---|------------|---------|--------------|---------|
| Nunca   | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| 0   | 2          | 14      | 3            | 1       |

Fuente: Elaborado por los autores 2023

En la encuesta, 02 comerciantes nos indican que casi nunca se sienten satisfechos con la variedad de recursos que comercializan, ya que se dedican solo a vender cangrejos y algunas especies producto de la pesca de pinta, otros 14 nos indican que a veces se sienten satisfechos con lo que comercializan pues en ocasiones no han alcanzado la satisfacción del cliente, 03 nos indican que están a gusto con la variedad de productos que ofrecen, mientras que 01 comerciante indica siempre estar satisfecho con la variedad de recursos que ofrece en su puesto de venta.

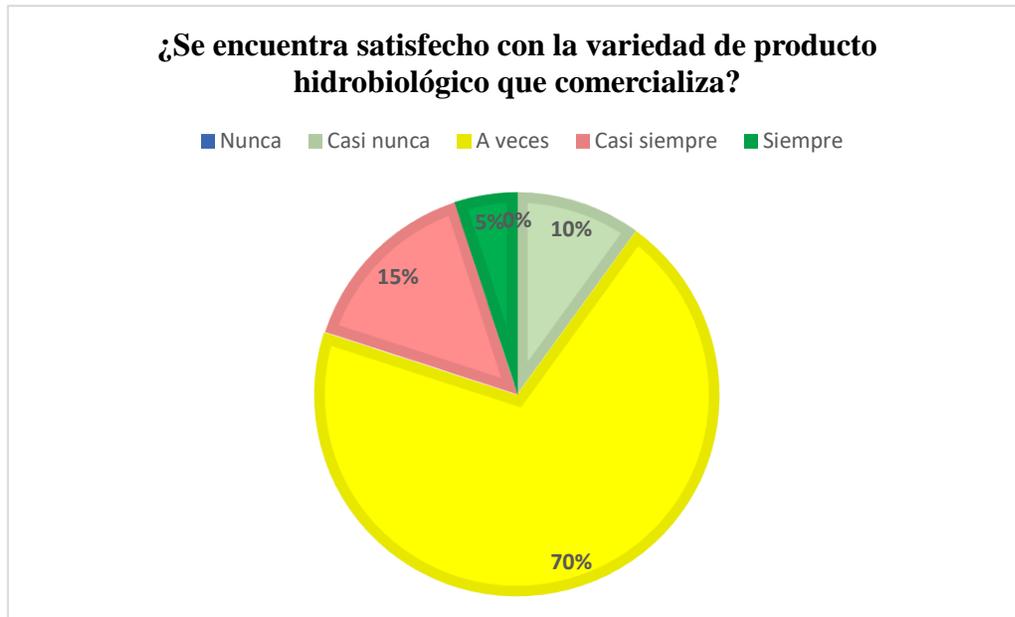
Se generaron gráficos para una mejor comprensión visual.

Figura 52. Interpretación en barras en relación a la satisfacción de variedad de venta de pescado.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 53. Interpretación circular en relación a la satisfacción de variedad de venta de pescado.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

**INTERPRETACION.** Según se puede apreciar en el gráfico, el 15% de los comerciantes no está satisfecho con la variedad de recursos que comercializa. Por otro lado, el 70% indica sentirse satisfecho a veces cuando consiguen más variedad para comercializar, el 10% menciona sentirse casi siempre satisfecho con la variedad de productos que comercializa, mientras que el 5% se encuentra a gusto con los productos que ofrece al público.

## **CAPÍTULO V**

### **DISCUSIÓN**

#### **5.1. Discusión de resultados**

##### **5.1.1. Calidad de la infraestructura**

La infraestructura de la zona de comercialización de recursos hidrobiológicos en el Mercado Municipal de Abastos de Chancay es regular, puesto que, en lo concerniente es un establecimiento básicamente nuevo y moderno; sin embargo, aún hay detalles pendientes, o que requieren mejora y/o mantenimiento. Calle, M. (2018) en su investigación hace referencia a la infraestructura como elementos tangibles, donde consigue mayor desaprobación con respecto a la infraestructura e instalaciones.

En cuanto los techos, cuenta con un techo alto que cubre a toda el área del mercado en general, sin embargo, es necesario que cada puesto tenga un techo independiente, debido a que el Mercado no es un lugar hermético e ingresan aves e incluso condiciones naturales como las lluvias pueden ocasionar algún ingreso de agua. Si bien es cierto los comerciantes dueños de los puestos cada uno ha instalado un techo provisional, lo han hecho de la manera más empírica, de acuerdo a su económica precaria demostrando su deficiencia, con el único objetivo de cubrirse, sin tener en cuenta las necesidades salubres que deben de cumplir, sus techos en su mayoría son de láminas de plástico delgadas que incluso solo están sobrepuestas, otros están techados solo con cartones, materiales que no son adecuados para un establecimiento donde se comercializan alimentos, puesto que son materiales que dificultan la limpieza y que muchas veces son albergue de plagas o microorganismos, teniendo en cuenta la Guía de Aplicación de Mercado de Abastos, DIGESA 2000.

Los pisos del pasadizo están correctamente pulidos, aun no presentan grietas, mientras que los pisos de cada puesto independiente son de mayólica blanca, correctamente fraguada lo cual, según el D.S. 040-2001 en el artículo 54, inciso b, es correcto, puesto que se facilita la limpieza al poder identificar la suciedad. Además, se cuenta con canaletas las cuales están ubicadas al borde de todos los puestos, para el correcto drenaje de las aguas utilizadas para la limpieza. Sin embargo, es necesario recalcar que a pesar de tener una buena infraestructura en cuanto a pisos este no cuenta con un buen mantenimiento en su totalidad, ya que, cada uno administra la limpieza de sus puestos, existes algunos comerciantes que realizan la correcta limpieza y desinfección de sus pisos y canaletas, mientras que otros puestos evidencian la deficiencia de los mismos.

En cuanto a las paredes, son de mayólica blanca, color que facilita la identificación de suciedad y que además es de fácil lavado, además el material es liso y resistente, tal cual lo indica el D.S. 040-2001 en el artículo 54, inciso c. A la actualidad se observa las paredes en buen estado no hay rupturas ni rajaduras, solo evidentemente el mismo caso que con los pisos, la limpieza no es uniforme. También es importante mencionar que las separaciones entre puestos no son con paredes, por lo tanto, a su vez, lo que sostiene los techos son estructuras metálicas que carecen de mantenimiento y al ser metal y estar en constante contacto con el agua, se encuentran bastante corroídos.

Si hablamos de las instalaciones y lo que está en contacto con los recursos hidrobiológicos, la mayoría de los comerciantes usa mesas de trabajo de acero inoxidable, material que evidentemente es adecuado para el desarrollo de estas actividades, sin embargo, también existen unos pocos que usan aun mesas de madera forradas con plástico, lo cual no es adecuado y se debe de mejorar. En cuanto a sus utensilios si las costumbres tradicionales aún continúan, sobre todo con el uso de las tablas de madera, material que no está permitido en la comercialización de

recursos hidrobiológicos, incumpliendo así con el D.S. 040-2001, artículo 54. Es importante considerar también que cada puesto cuenta con instalación de agua y lavadero propio, recurso importante para mantener la limpieza. Mientras que las instalaciones eléctricas se presentan debidamente señaladas y a buen recaudo. Esta realidad nos confronta con los resultados obtenidos en la investigación de Calle, M. (2018) quien hace referencia a la importante relación que tiene la infraestructura y las instalaciones del Mercado de Abastos de Tambobamba con respecto a la comercialización, de igual manera que sucede en el Mercado de Abastos de Chancay.

### **5.1.2. Calidad de manipuleo**

Para la manipulación de recursos hidrobiológicos es necesario contar con ropa limpia y adecuada que sea de uso exclusivo para la comercialización, pero los comerciantes no aplican estas normas, ya que laboran día a día con diferentes prendas de uso diario con las mismas que vienen de casa y se exponen a diferentes microorganismos en el transcurso de sus hogares hasta sus puestos, y de la misma forma cuando se retiran a sus hogares. Este mismo factor es que genera insatisfacción en la investigación de Alvites, E. (2021), que dentro de sus resultados identifica que el mercado no ofrece seguridad e inocuidad. La indumentaria de los comerciantes está compuesta básicamente de mandil plástico y botas de jebe, ignoran por completo el uso de los demás aditamentos como lo son las tocas, guantes, barbiquejo, etc. Aspectos que son rechazados en el D.S. 040, precisamente en el artículo 56.

Los comerciantes cuentan con su carnet de sanidad, lo que evidencia que se encuentran libres de enfermedades infectocontagiosas.

En cuanto a la higiene del personal manipulador se evidencia falta de costumbres y cultura de lavado de manos, además de mantenerse en contacto con otros materiales mientras están en su

lugar de trabajo, como sus celulares, periódicos y hasta incluso la manipulación de dinero y posterior a eso practicar la comercialización.

Con lo que respecta a la limpieza y desinfección, se realiza con detergente y lejía, algunos puestos de manera minuciosa y otros con claros rastros de que la limpieza no es la adecuada.

### **5.1.3 Calidad del producto**

Uno de los problemas más comunes y que evidencia la falta de capacitación e implementación es el nulo uso de hielo en la conservación de los recursos que se encuentran en exhibición, todos los puestos rompen la cadena de hielo, ninguno exhibe ni comercializa con frío, a pesar de que sus productos evidencian frescura, esta condición le resta vida útil al producto. El D.S. 040-2001, en el artículo 57, indica que es necesario que los recursos hidrobiológicos estén a una temperatura cercana a los 0 °C.

Los productos que se comercializan en el Mercado Municipal de Abastos de Chancay evidencian frescura y cuidado en el transporte, pues sus recursos hidrobiológicos se encuentran frescos y enteros lo que genera confianza y tal como en la investigación de Alvites, E. (2021) se logra la satisfacción al 100% por parte de comerciantes y clientes.

Además, al igual que en la investigación de Alvites, E. (2021) los productos ofrecidos en el mercado mostraron estar dentro de los alcances de los clientes, de tal manera que pueden ser adquiridos en sus posibilidades económicas.

## CAPÍTULO VI

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1. Conclusiones

- Se identificó la calidad de los servicios en la comercialización de recursos hidrobiológicos en el mercado Municipal de abastos Chancay, 2023, donde se clasifica la calidad del servicio como intermedia habiendo necesidad de una capacitación para alcanzar una mejora continua.
- La infraestructura en la que se comercializan los recursos hidrobiológicos en el Mercado Municipal de Abastos de Chancay es moderna, esto se evidencia en el 90% de comerciantes satisfechos con la infraestructura donde realizan sus actividades, sin embargo, existe falta de mantenimiento y aspectos que se pueden mejorar y aproximarse a las exigencias de normas emitidas por DIGESA.
- La calidad en la manipulación de los recursos hidrobiológicos en el Mercado Municipal de Abastos de Chancay por parte de los comerciantes evidencia ser precaria, esto debido a que falta de responsabilidad y capacitaciones no se cumple con un buen manejo de las BPM, donde el 80% de comerciantes reconoce no usar su indumentaria, el 15% admite solo usarlo a veces y solo el 5% de ellos estaría comprometido con seguir las BPM.
- Mediante análisis organoléptico fue posible identificar la calidad del producto en la comercialización de recursos hidrobiológicos en el mercado Municipal de abastos Chancay, donde se evidencia la frescura de los productos con calificaciones de *Muy bueno y bueno*. Además, los comerciantes revelan que comercializan variedades de

recursos hidrobiológicos y el 70% de ellos siente que sus productos se adecuan a la economía de los consumidores.

- Podemos afirmar que si es posible identificar la calidad de los productos hidrobiológico expendidos en el mercado de abasto de chancay evidenciando en un 95% estadísticamente.

## **6.2. Recomendaciones**

- Realizar mantenimiento correctivo a las instalaciones donde se comercializan los recursos hidrobiológicos en el Mercado Municipal de Abastos de Chancay, así mismo, elaborar un plan de mantenimiento preventivo, para de esta manera asegurar la duración y mejor conservación de su infraestructura en general.
- Capacitar a todos los involucrados en la comercialización de recursos hidrobiológicos sobre temas como las buenas prácticas de manipuleo, la inocuidad, las buenas prácticas de higiene; para que de esta manera apliquen estos buenos comportamientos en su vida diario hasta que se vuelva parte de su cultura.
- Es recomendable que la administración del Mercado se asesore de un profesional en materia de alimentos que pueda apoyar e inculcar buenas costumbres a los comerciantes, haciendo un seguimiento constante y de esta manera mejorar el servicio de forma general.
- Presentar los recursos hidrobiológicos en una vitrina congeladora exhibidora ya que el pescado requiere temperaturas controladas para mantener su frescura y evitar el deterioro.

## CAPÍTULO VII

### REFERENCIAS

#### 7.1. Fuentes documentales

Arias, F. (2012). El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica 6ta edición

Avdalov, N. (2009). Proyecto CFC/FAO/INFOPESCA, FSCFT 23, “Mejoramiento de la Pesca Artesanal en Centroamérica, México y el Caribe”

Clemente, L. (2009). La comercialización en primera venta, de los productos de la pesca marítima artesanal en el Perú. Lima, Perú: Produce.

Díaz, M., García, M., Jiménez, J., Guzmán, J. y Villanueva, A. (2016). “Inocuidad en alimentos tradicionales: el queso de Poro de Balancán como un caso de estudio. Estudios Sociales: Revista de investigación científica.”

DIGESA, (2000) “Guía para la Aplicación del Sistema HACCP en Mercado de Abasto” Pág. 33 - 34.

DECRETO SUPREMO N° 040-2001-PE

Farris, P. (2015) “Marketing Metrics” The Manager's Guide to measuring marketing performance third edition”

FAO, (1999) “El pescado fresco: su calidad y cambios de su calidad”. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. Documento Técnico de Pesca. Editorial H.H.HUSS. 348. Pág. 163-189.

FAO. (1995). Código de Conducta para la Pesca Responsable. Roma: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.

Hernández de Velazco, J., Chumaceiro, AC, & Atencio Cárdenas, E. (2009). Calidad de servicio y recurso humano: caso estudio tienda por departamentos. *Revista Venezolana de Gerencia*, 14 (47), 458-472.

Herrera, L., Troyo, J. (2011) “Conceptos Básicos para la Manipulación de alimentos”

Kotler, P y Amstrong G, (2012). *Marketing*, 14 Edición – Editorial Pearson educación, México.2012

Kotler, P y Keller, K. (2006). *Dirección de Marketing*. Duodécima Edición. Editorial Pearson Educación. México.

Lambin, J. (2003). *Marketing estratégico*. Primera Edición. Editorial ESIC, España.

Manufugás, E. (2014). “Higiene alimentaria, una necesidad en las instalaciones turísticas que brindan servicio de alimentos y bebidas.” *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, 06.

Martinez, R. 2005. «Deterioro de los productos pesqueros por efecto de los microorganismos». En: *Memorias del Curso Taller Internacional «Alimentos de Origen de la Pesca y Acuicultura, Un Reto para el Futuro»*. Porlamar (Venezuela): FAO, noviembre 2005.

Sánchez, J. (1998). “Calidad de las materias primas”. *Higiene y sanidad de los alimentos*. Pág.43-47.

Tamayo, M (1994). “El proceso de la investigación científica”.

## **7.2. Fuentes bibliográficas**

Alvarez, D. (2020). *Análisis de la percepción de la calidad del área de alimentos y bebidas en los mercados municipales San Francisco y Santa Clara*. - Tesis de titulación, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito, Ecuador.

Alvites, E. (2021). “Calidad de Servicio en el Mercado de Abastos El Inca de Chiclayo, año 2021”, - Tesis de titulación, escuela de postgrado de la Universidad César Vallejo, Perú.

- Calle, M. (2022). “Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes del mercado de abastos de Tambobamba, provincia de Cotabambas – Apurímac, 2018” - Tesis de titulación, Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, Peru.
- Carrasco, O.E. (2014). Los Servicios de comercialización y la Calidad de los Recursos Hidrobiológicos en el Mercado Modelo de la Provincia de Huaral. Tesis de titulación, UNJFSC, Huacho, Perú.
- Céspedes, M. (2021). “Percepción de la calidad en los centros de descarga de productos hidrobiológicos de Arequipa” - Tesis de titulación, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Perú.
- FAO. (2002). Sistemas de Calidad e Inocuidad de los alimentos. Manual de Capacitación sobre Higiene de los Alimentos y sobre el Sistema de Análisis de peligros y de Puntos Críticos de Control (APPCC), Roma.
- Inga, J. (2023). “Calidad y comercialización de los principales recursos hidrobiológicos para consumo en el rubro de restaurantes Lima - Callao 2021” Tesis de titulación, Universidad Nacional del Callao, Perú.
- Larrea, D. (2019). Segmentación de mercado y estrategias de ventas de la marca Mad Science – Lima, 2019 [Tesis profesional, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.
- Silva, D. (2019) “Evaluación de la calidad higiénico sanitaria en alimentos preparados (hornado) del mercado central del Gobierno autónomo descentralizado municipal del Cantón Alausí” - Tesis de titulación, Universidad Estatal Amazónica, Puyo, Ecuador.

### 7.3. Fuentes hemerográficas

Molina, M., Quesada, L.D., Ulate, D., Vargas, S. (2004). La calidad en la atención médica. *Medicina Legal de Costa Rica*, 21 (1), 1 Recuperado de [http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1409-00152004000100007#a02](http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1409-00152004000100007#a02)

### 7.4. Fuentes electrónicas

Cardozo, L. (2021, March). *Calidad del servicio: qué es, su importancia y los 5 pilares fundamentales*.

<https://www.zenvia.com/es/blog/calidad-del-servicio/>

FAO, (2023) Inocuidad y calidad de los alimentos

<https://www.fao.org/food-safety/background/preguntas-y-respuestas-sobre-inocuidad-alimentaria/es/>

Francisco, J. (2023). *Beneficio - Definición, qué es y concepto* . Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/beneficio.html>

Hammond, M. (2023, mayo 17). *Qué es la calidad del servicio, cómo se mide y cómo mejorarla*.

<https://blog.hubspot.es/service/calidad-del-servicio#:~:text=La%20calidad%20de%20servicio%20es,al%20utilizar%20un%20determinado%20servicio.>

Lizbeth Roxana PC. (2019). Tablas Organolépticas de Witfogel.

<https://es.scribd.com/document/93355319/Tablas-Organolepticas-de-Witfogel>

López, D. (2020, March 9). *¿Qué es la Frecuencia de compra? | Cómo medir la frecuencia de compra*. Numdea.

<https://numdea.com/frecuencia-de-compra.html>

Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento (2021). *Resolución ministerial - Norma técnica A. 070 “comercio” del reglamento nacional de edificaciones*

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2366602/41%20A.070%20COMERCIO%20-%20RM%20N%C2%B0061-2021-VIVIENDA.pdf?v=1636059406>

Navarro, J. (2015). *Definición de Variedad*. DefinicionABC.

<https://www.definicionabc.com/general/variedad.php>

Ortega, C. (2021). *¿Cuáles son los tipos de comportamiento de compra?* QuestionPro.

<https://www.questionpro.com/blog/es/tipos-de-comportamiento-de-compra/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20comportamiento%20de,de%20comportamiento%20de%20los%20consumidores.>

Ortega, C. (2022, February 3). *Frecuencia de compra: Qué es y cómo medirla*.

Tudashboard.com. <https://tudashboard.com/frecuencia-de-compra/>

Pinto, J. (2008). *“Pescado en la dieta”*. Servicio de Promoción de la Salud. Instituto de Salud Pública. Dirección General de Salud Pública Alimentación y Consumo. Consejería de Sanidad y Consumo. Editorial nueva imprenta S.A.C.

<http://www.madrid.org/bvirtual/BVCM009018.pdf>

RAE. (2017). *Definición de comerciante individual - Diccionario panhispánico del español jurídico - RAE*. Diccionario Panhispánico Del Español Jurídico - Real Academia Española.

<https://dpej.rae.es/lema/comerciante-individual>

Solano, B. (2021). *Variedad de productos y homogeneidad en la producción*. Medium.

<https://barbaralsolano.medium.com/variedad-de-productos-y-homogeneidad-en-la-producci%C3%B3n-c1da1ade31fa>

Thompson, I. (2019). *CONCEPTO DE PRODUCTO* - Promonegocios.net.

<https://www.promonegocios.net/producto/concepto-producto.html>

Yranzo, J. (2020, December). *Características vs. Beneficios: La diferencia entre ambos, y su importancia*. Junio Marketing.

<https://juniomarketing.com/caracteristicas-vs-beneficios/>

## **ANEXO A**



## ANEXO 1: Instrumento de recolección de datos

### MODELO DE INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS (cuestionario)

#### UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

#### FACULTAD DE INGENIERIA

#### INGENIERIA PESQUERA

**Estimado(a)**, esperamos tu colaboración respondiendo con responsabilidad y honestidad, el presente cuestionario. Se agradece no dejar ninguna pregunta sin contestar.

**El objetivo** es, recopilar información, para conocer la “CALIDAD DE LOS SERVICIOS EN LA COMERCIALIZACIÓN DE RECURSOS HIDROBIOLÓGICOS EN EL MERCADO MUNICIPAL DE ABASTOS CHANCAY, 2023”

**Instrucciones:** Lea cuidadosamente las preguntas y marque con un aspa(x) la escala que crea conveniente.

#### Escala valorativa.

|       |            |         |              |         |
|-------|------------|---------|--------------|---------|
| Nunca | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| 1     | 2          | 3       | 4            | 5       |

| <b>CALIDAD DE LOS SERVICIOS ( X )</b>                   |   |   |   |   |     |   |
|---|---|---|---|---|-----|---|
| N°  | <b>DIMENSIÓN 1: CALIDAD DE LA INFRAESTRUCTURA</b>   | N | C.N   | A | C.S | S |
|   |   | 1 | ¿Conoce el tipo de infraestructura del mercado? |   |     |   |
| 2   | ¿Se encuentran los techos en buen estado?   |   |   |   |     |   |
| 3   | ¿Se encuentran los pisos, paredes y canaletas, limpias y en buen estado?  |   |   |   |     |   |
| 4   | ¿Se encuentran las instalaciones eléctricas correctamente protegidas y señalizadas?   |   |   |   |     |   |
| 5   | ¿Su área de trabajo es netamente de uso exclusivo para la venta de recursos hidrobiológico?   |   |   |   |     |   |
| 6   | ¿Se encuentra satisfecho con las instalaciones del mercado?   |   |   |   |     |   |
| 7   | ¿Pueden los clientes realizar sus compras con comodidad con respecto a la infraestructura?  |   |   |   |     |   |
| <b>DIMENSIÓN 2: CALIDAD DE MANIPULEO</b>                |   |   |   |   |     |   |
| 8   | ¿Se tiene conocimiento de las buenas prácticas de manipuleo para la comercialización de recursos hidrobiológicos? (uso de hielo, por ejemplo) |   |   |   |     |   |
| 9   | ¿Se utiliza la indumentaria apropiada para ejecutar actividades que involucre la manipulación de recursos hidrobiológicos?                    |   |   |   |     |   |
| 10  | ¿Considera que es de gran importancia la higiene para así evitar enfermedad transmitida por alimento?   |   |   |   |     |   |
| 11  | ¿Se realiza el correcto lavado de manos, además de evidenciarse la inexistencia de heridas expuestas con el recurso hidrobiológico?           |   |   |   |     |   |
| <b>DIMENSIÓN 3: CALIDAD DEL PRODUCTO</b>                |   |   |   |   |     |   |
| 12  | ¿Sabe lo que es calidad de producto?  |   |   |   |     |   |
| 13  | ¿Considera que la frescura es la cualidad más importante al momento de comercializar?   |   |   |   |     |   |
| 14  | ¿Los recursos hidrobiológicos evidencian ser frescos?   |   |   |   |     |   |
| 15  | ¿Se puede asegurar que los recursos hidrobiológicos que comercializa son inocuos?   |   |   |   |     |   |
| 16  | ¿Cree que la presentación de los recursos hidrobiológicos es importante?  |   |   |   |     |   |
| <b>COMERCIALIZACIÓN DE RECURSOS HIDROBIOLÓGICOS (Y)</b> |   | N | C. N  | A | C.S | S |
| <b>DIMENSIÓN 1: SEGMENTACION DEL MERCADO</b>            |   |   |   |   |     |   |
| 17  | ¿Los clientes compran recursos hidrobiológicos con frecuencia?  |   |   |   |     |   |
| 18  | ¿Usted cree que el cliente prefiere sus productos ante otros como el pollo o la carne?  |   |   |   |     |   |
| <b>DIMENSIÓN 2: PRODUCTO</b>                            |   |   |   |   |     |   |
| 19  | ¿Considera que comercializar pescado se adecua más a la economía de los consumidores?   |   |   |   |     |   |
| 20  | ¿Los consumidores buscan variedad de recursos hidrobiológicos?  |   |   |   |     |   |
| 21  | ¿Se encuentra satisfecho con la variedad de producto hidrobiológico que comercializa?   |   |   |   |     |   |

*El precio se olvida, la calidad permanece – Enrique Loewe*

**ANEXO 2: Modelo de Matriz del instrumento de recolección de datos. (X-Y)**

| VARIABLES                                     | DIMENSIONES   | INDICADORES                   | REACTIVOS (Ítems)  | ESCALA  |
|---|---|-------------------------------|--|---|
| <b>(X)</b><br><b>CALIDAD DE LOS SERVICIOS</b> | Calidad de infraestructura  | Higiene y limpieza            | ¿Conoce el tipo de infraestructura del mercado?<br>¿Se encuentran los techos en buen estado?<br>¿Se encuentran los pisos, paredes y canaletas, limpias y en buen estado?<br>¿Se encuentran las instalaciones eléctricas correctamente protegidas y señalizadas?<br>¿Su área de trabajo es netamente de uso exclusivo para la venta de recursos hidrobiológico? | SIEMPRE<br>CASI SIEMPRE<br>A VECES<br>CASI NUNCA<br>NUNCA |
|   |   | Satisfacción del cliente      | ¿Se encuentra satisfecho con las instalaciones del mercado?<br>¿Pueden los clientes realizar sus compras con comodidad con respecto a la infraestructura?  |   |
|   | Calidad de manipuleo  | Indumentaria                  | ¿Se utiliza la indumentaria apropiada para ejecutar actividades que involucre la manipulación de recursos hidrobiológicos?   |   |
|   |   | Higiene del personal          | ¿Considera que es de gran importancia la higiene para así evitar enfermedad transmitida por alimento?<br>¿Se realiza el correcto lavado de manos, además de evidenciarse la inexistencia de heridas expuestas con el recurso hidrobiológico?   |   |
|   |   | Buenas prácticas de manipuleo | ¿Se tiene conocimiento de las buenas prácticas de manipuleo para la comercialización de recursos hidrobiológicos? (uso de hielo, por ejemplo)  |   |
|   | Calidad del producto  | Frescura                      | ¿Considera que la frescura es la cualidad más importante al momento de comercializar?<br>¿Los recursos hidrobiológicos evidencian ser frescos?   |   |
|   |   | Inocuidad                     | ¿Se puede asegurar que los recursos hidrobiológicos que comercializa son inocuos?  |   |
|   |   | Presentación                  | ¿Sabe lo que es calidad de producto?<br>¿Cree que la presentación de los recursos hidrobiológicos es importante?   |   |
|   | <b>(Y)</b><br><b>COMERCIALIZACIÓN DE RECURSOS HIDROBIOLÓGICOS</b> | Segmentación del mercado      | Frecuencia de consumo  |   |
| Comportamiento de compra                      |   |                               | ¿Usted cree que el cliente prefiere sus productos ante otros como el pollo o la carne?   |   |
| Producto                                      |   | Beneficio                     | ¿Considera que comercializar pescado se adecua más a la economía de los consumidores   |   |
|   |   | Variedad                      | ¿Los consumidores buscan variedad de recursos hidrobiológicos?<br>¿Se encuentra satisfecho con la variedad de producto hidrobiológico que comercializa?  |   |

### ANEXO 3: Check List - Control de Inocuidad

|            |        |
|------------|--------|
| Puesto:    | Fecha: |
| Inspector: | Hora:  |

| N <sup>a</sup>                                       | Aspectos   | N. | C.N. | A. | C.S. | S. | Observaciones |
|--|--|----|------|----|------|----|---------------|
| <b>INFRAESTRUCTURA, INSTALACIONES E INSTRUMENTOS</b> |  |    |      |    |      |    |               |
| 1  | Los pisos se encuentran limpios y sin obstáculos.                                    |    |      |    |      |    |               |
| 2  | Los utensilios se encuentran limpios y ordenados.                                    |    |      |    |      |    |               |
| 3  | Los recipientes de almacenamiento son correctos y se encuentran limpios.             |    |      |    |      |    |               |
| 4  | Los cables y tomacorrientes se encuentran en buen estado y protegidos correctamente. |    |      |    |      |    |               |
| 5  | Los materiales de limpieza se encuentran rotulados y correctamente almacenados.      |    |      |    |      |    |               |
| 6  | Las paredes se encuentran limpias y libres de manchas.                               |    |      |    |      |    |               |
| 7  | Los lavaderos se encuentran limpios y en buen estado                                 |    |      |    |      |    |               |
| 8  | Las canaletas se encuentran limpias y libres de residuos.                            |    |      |    |      |    |               |
| 9  | Las mesas de trabajo se encuentran limpias y en buen estado.                         |    |      |    |      |    |               |
| 10   | Los techos se encuentran limpios y sin acumulación de residuos.                      |    |      |    |      |    |               |
| <b>HIGIENE DEL PERSONAL MANIPULADOR</b>              |  |    |      |    |      |    |               |
| 1  | Cuentan con carnet de sanidad.   |    |      |    |      |    |               |
| 2  | Utilizan la indumentaria adecuada (guantes, mandil, toca de cabello)                 |    |      |    |      |    |               |
| 3  | Mantienen higiene personal (manos limpias, uñas limpias y cortas)                    |    |      |    |      |    |               |
| 4  | Practican correctamente el lavado de manos (usando jabón antibacterial).             |    |      |    |      |    |               |
| 5  | No existe presencia de heridas expuestas.  |    |      |    |      |    |               |

**ANEXO 4: Validación de instrumento**



**UNIVERSIDAD NACIONAL  
"José Faustino Sánchez Carrión"  
INGENIERÍA PESQUERA**

**FICHA DE OPINIÓN DE EXPERTOS**

**I.- DATOS GENERALES:**

| Apellidos y Nombres Del Experto informante  | Grado Académico | Cargo en la Institución | Nombre del instrumento de Evaluación | Autor del instrumento                                |
|---|-----------------|-------------------------|--------------------------------------|--|
| MIRANDA BLAS<br>LINO SOSIMO   | DOCTOR          | CATEDRÁTICO             | CUESTIONARIO                         | Bach. Blas Salinas, K.<br>Bach. Samarani Zevallos, U |
| Título de Investigación: Calidad de los Servicios en la comercialización de Recursos Hidrobiológicos en el mercado Municipal de abastos Chancay, 2023 |                 |                         |                                      |  |

**II.- Aspecto de validación:**

| INDICADORES        | CRITERIOS   | DEFICIENTE DE 00 A 20 |    |    |    | REGULAR DE 21 A 40 |    |    |    | BUENA DE 41 A 60 |    |    |    | MUY BUENO DE 61 A 80 |    |    |    | EXCELENTE DE 81 A 100 |    |    |     |
|--------------------|---|-----------------------|----|----|----|--------------------|----|----|----|------------------|----|----|----|----------------------|----|----|----|-----------------------|----|----|-----|
|                    |   | 0                     | 6  | 11 | 16 | 21                 | 26 | 31 | 36 | 41               | 46 | 51 | 56 | 61                   | 66 | 71 | 76 | 81                    | 86 | 91 | 96  |
|                    |   | 5                     | 10 | 15 | 20 | 25                 | 30 | 35 | 40 | 45               | 50 | 55 | 60 | 65                   | 70 | 75 | 80 | 85                    | 90 | 95 | 100 |
| 1. Claridad        | Los ítems están formulados con lenguaje apropiado y comprensible                    |                       |    |    |    |                    |    |    |    |                  |    |    |    |                      |    |    | X  |                       |    |    |     |
| 2. Objetividad     | Esta expresado en conductas observables   |                       |    |    |    |                    |    |    |    |                  |    |    |    |                      |    |    | X  |                       |    |    |     |
| 3. Organización    | Existe una organización lógica en la redacción de los ítems                         |                       |    |    |    |                    |    |    |    |                  |    |    |    |                      |    |    | X  |                       |    |    |     |
| 4. Suficiencia     | Los ítems son suficiente para la medición de los indicadores en estudio             |                       |    |    |    |                    |    |    |    |                  |    |    |    |                      |    |    | X  |                       |    |    |     |
| 5. Intencionalidad | Los ítem son adecuados para valorar los indicadores que se pretende medir           |                       |    |    |    |                    |    |    |    |                  |    |    |    |                      |    |    | X  |                       |    |    |     |
| 6. Coherencia      | Hay coherencia entre las variables e indicadores                                    |                       |    |    |    |                    |    |    |    |                  |    |    |    |                      |    |    | X  |                       |    |    |     |
| 7. Consistencia    | Los ítems están basados en aspectos teóricos - científicos sobre el tema en estudio |                       |    |    |    |                    |    |    |    |                  |    |    |    |                      |    |    | X  |                       |    |    |     |
| 8. Viabilidad      | Es posible su aplicación y ejecución  |                       |    |    |    |                    |    |    |    |                  |    |    |    |                      |    |    | X  |                       |    |    |     |

**III.- Opinión de aplicabilidad:**

APLICAR EL INSTRUMENTO

**IV.- Promedio de valoración:**

|                      |    |  |           |
|----------------------|----|--|-----------|
| PUNTAJE (DE 0 a 100) | 80 | Calificación (De Deficiente a Excelente) | MUY BUENO |
|----------------------|----|--|-----------|

|                       |          |                              |             |
|-----------------------|----------|------------------------------|-------------|
| Lugar y fecha         | D.N.I    | Firma del experto informante | Teléfono    |
| CHANCAY 27 ABRIL 2023 | 09325361 |                              | 996 178 256 |

## **ANEXO B**

Figura 54. Pisos y canaletas de los puestos de venta.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 55. Puestos de venta



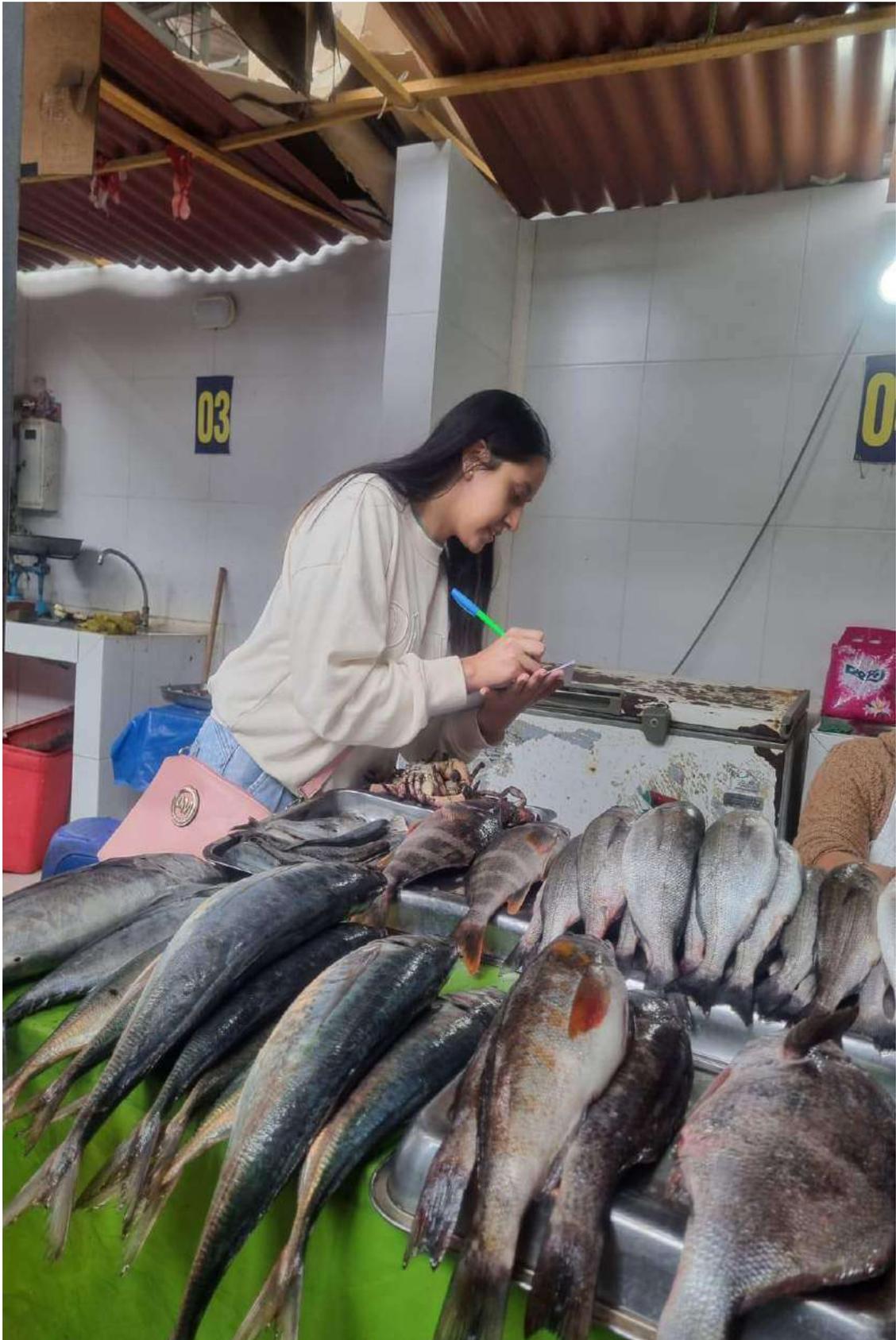
Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 56. Distribución y pasadizo de la zona de venta de pescados.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 57. Entrevista a comerciantes.



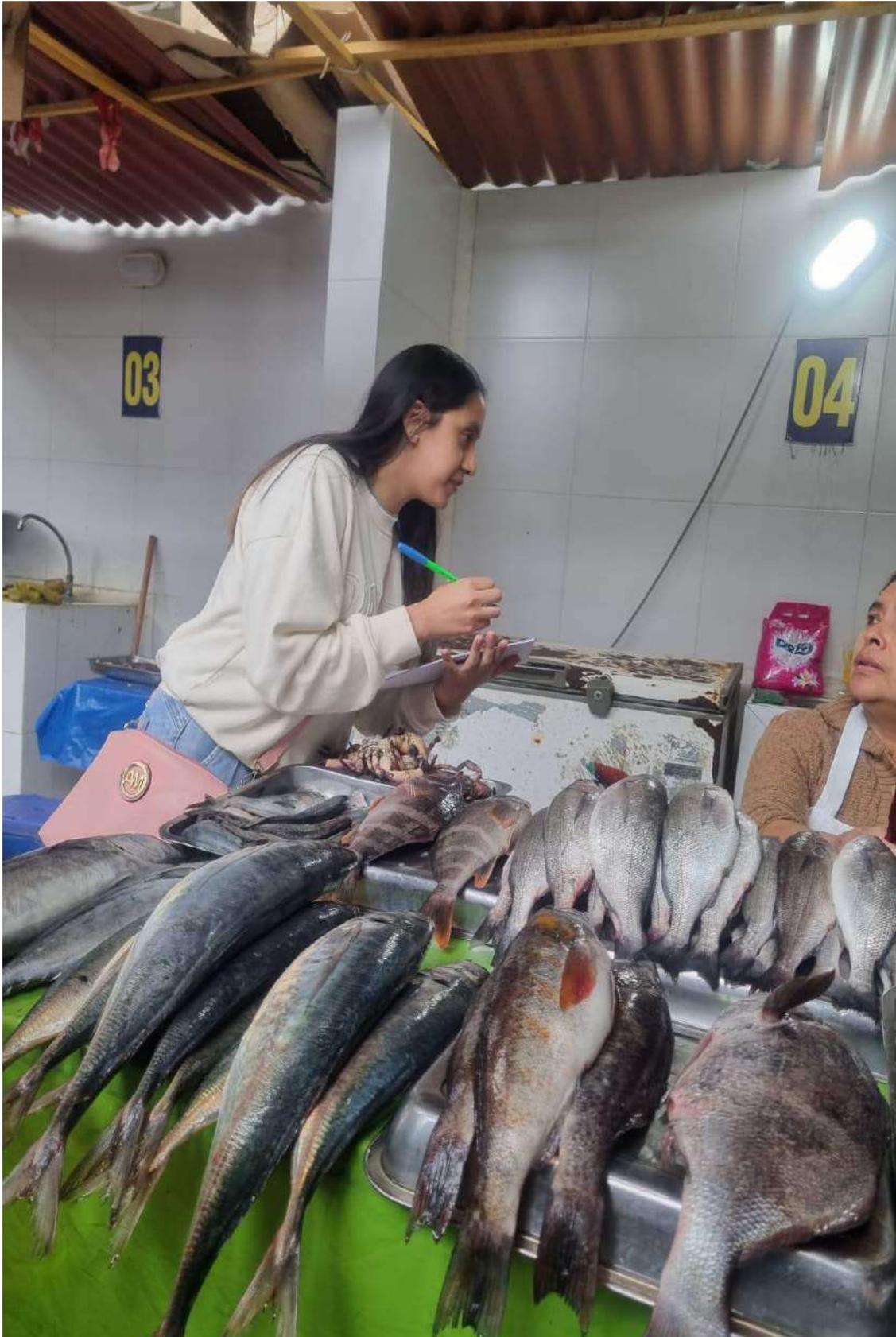
Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 58. Entrevista a comerciantes.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 59. Entrevista a comerciantes.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 60. Entrevista a comerciantes.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 61. Entrevista a comerciantes.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 62. Entrevista a comerciantes.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 63. Entrevista a comerciantes0



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 64. Análisis de la técnica de exposición y comercialización.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 65. Evaluación sensorial de 3 diferentes tipos de pescados.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 66. Evaluación sensorial de 3 tipos de recursos hidrobiológicos.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 67. Evaluación sensorial a través del sentido del tacto.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 68. Evaluación sensorial a través del sentido de la vista



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 69. Recursos hidrobiológicos empleados para la evaluación sensorial.



Fuente: Elaborado por los autores 2023

Figura 70. Cavidad abdominal del recurso hidrobiológico.



Fuente: Elaborado por los autores 2023