



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**“Efecto del programa mercados saludables y satisfacción en los
comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016”**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO
EN GESTIÓN PÚBLICA**

AUTOR

Br. Renato Vergara Ruiz

ASESOR

Dr. Juan Rafael Juárez Díaz

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Administración del talento Humano

PERÚ 2017

Mg. Keller Sánchez Dávila
Presidente

Dr. Jose Manuel Delgado Bardales
Secretario

Dr. Juan Rafael Juárez Díaz
Vocal

Dedicatoria

A Dios, a toda mi familia que nunca me abandonan, siempre están y estarán por el resto de mi vida, esta segunda meta profesional es para ustedes.

Renato.

Agradecimiento

Gracias a quienes confiaron en mi persona durante todo este tiempo, una meta cumplida después de tanto esfuerzo, sacrificio llegan los frutos.

También agradezco a los docentes de la Universidad César Vallejo, en especial a quienes fueron mis maestros, por brindarme los conocimientos y forjarme aún más en la gestión pública para seguir poniéndome al servicio de la población.

Agradezco al personal de la Municipalidad Provincial de San Martín por permitirme realizar este estudio que estoy seguro será de mucha ayuda en el manejo y administración de los centros de abastos que se encuentran en su propiedad.

Finalmente agradezco a todos quienes estuvieron conmigo en este tiempo, a mis compañeros maestrantes que sin ellos las clases se hubieran tornado pocas dinámicas.

Renato.

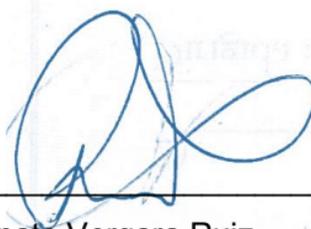
Declaración de autenticidad

Yo, Renato Vergara Ruiz con DNI N° 72191123, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Escuela de Posgrado, Maestría en Gestión Pública declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Tarapoto, setiembre del 2017.



Renato Vergara Ruiz

D.N.I. 72191123

Presentación

Señores miembros del jurado,

Presento ante ustedes la tesis titulada *“Efectos del programa mercados saludables y satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016”*, el presente estudio consta de seis capítulos en los cuales se detallan:

Capítulo I: Se presenta la realidad problemática, los estudios previos relacionados con las variables de estudio, en el ámbito internacional, nacional, regional y local; así como también el marco referencial relacionado al tema en estudio, el planteamiento y formulación del problema, la justificación, hipótesis y objetivos.

Capítulo II: Se encuentra el marco metodológico, que incluye el tipo de estudio, diseño de investigación, las variables y operacionalización de las mismas; la población y muestra; la técnica e instrumentos de recolección de datos, métodos de análisis de datos y aspectos éticos.

Capítulo III: Se presentan los resultados obtenidos de la aplicación de los instrumentos con el análisis y el procesamiento estadístico respectivo que permitió concluir la asociación de ambas variables.

Capítulo IV: Se presenta la discusión de los resultados obtenidos contrastados con el marco teórico y los estudios previos relacionados a las variables de estudio.

El capítulo V: Se consideran las conclusiones, formuladas con coherencia entre los objetivos e hipótesis de investigación.

El capítulo VI: Se sugieren las recomendaciones de acuerdo a las conclusiones planteadas hacia la institución referida en el estudio

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación en cumplimiento al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo y con la finalidad de obtener el Grado Académico de Maestro en Gestión Pública.

El Autor.

Índice

Página del jurado	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento	iv
Presentación.....	vi
Índice.....	vii
Índice de gráficos.....	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT.....	xii
I. INTRODUCCIÓN	13
1.1 Realidad Problemática	13
1.2 Trabajos previos	14
1.3 Teorías Relacionadas al Tema	19
1.4 Formulación del problema	26
1.5. Justificación del Estudio	27
1.6. Hipótesis	28
1.7. Objetivos	29
II. MÉTODO.....	30
2.1. Diseño de investigación.....	30
2.2. Variables, Operacionalización.....	31
2.3. Población y muestra	31
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	32
2.5. Método de análisis de datos	33
2.6. Aspectos éticos.....	33
III. RESULTADOS.....	34
IV. DISCUSIÓN	47

V.	CONCLUSIONES.....	52
VI.	RECOMENDACIONES.....	53
VII.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	54
	ANEXOS.....	56

Anexo N° 01: Matriz de consistencia

Anexo N° 02: Instrumentos de recolección de datos

Anexo N° 03: Fichas de validación por el juicio de expertos

Anexo N° 04: Autorización para aplicar instrumentos

Anexo N° 05: Análisis de confiabilidad de Alfa de Cronbach

Anexo N° 06: Informe de originalidad

Anexo N° 07: Autorización para publicar tesis en repositorio UCV

Índice de tablas

Tabla 01: Distribución y Frecuencias Valoración del Programa Mercados Saludables antes de su aplicación.....	35
Tabla 02: Satisfacción económica del P.M.S. antes de su aplicación.....	36
Tabla 03: Conformidad con la evaluación temporal de la aplicación de las BP promovida en el programa “Mercados Saludables”.....	37
Tabla 04: Control y seguimiento del P.M.S hecho por la MPSM.....	38
Tabla 05: Distribución y Frecuencias de Valoración Después de la Aplicación del Programa Mercados Saludables.....	39
Tabla 06: Satisfacción económica del Programa de Mercados Saludables después de su aplicación.....	41
Tabla 07: Conformidad con la evaluación temporal por la MPSM de las BP promovida en el programa “Mercados Saludables”.....	42
Tabla 08: Control y seguimiento del P.M.S. hecho por la MPSM.....	44

Índice de gráficos

Gráfico 01: Distribución y Frecuencias Valoración del Programa Mercados Saludables antes de su aplicación.....	35
Gráfico 02: Satisfacción económica del P.M.S. antes de su aplicación.....	36
Gráfico 03: Conformidad con la evaluación temporal de la aplicación de las BP promovida en el programa “Mercados Saludables”.....	37
Gráfico 04: Control y seguimiento del P.M.S hecho por la MPSM.....	38
Gráfico 05: Distribución y Frecuencias de Valoración Después de la Aplicación del Programa Mercados Saludables.....	39
Gráfico 06: Satisfacción económica del Programa de Mercados Saludables después de su aplicación.....	41
Gráfico 07: Conformidad con la evaluación temporal por la MPSM de las BP promovida en el programa “Mercados Saludables”.....	42
Gráfico 08: Control y seguimiento del P.M.S. hecho por la MPSM.....	44

RESUMEN

La presente investigación lleva como título “Efecto del programa mercados saludables y satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016”, que tiene como objetivo general establecer el efecto del programa mercados saludables y satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, por lo cual se propuso la hipótesis general el programa mercado saludable sí tiene efecto de satisfacción en los comerciantes del mercado municipal N° 03.

La muestra estuvo constituida por 69 comerciantes del pabellón Planta Física del mencionado centro de abasto, se utilizó el diseño de investigación pre experimental de un grupo con dos mediciones aplicando la T- de students, además de utilizar como instrumento las guías de observación directa y el acta de inspección. Los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes: el 71 % de los comerciantes inspeccionados antes de haber sido aplicados el programa de mercados saludables se encontraron insatisfechos mientras que un 29 % lo encontraron aceptable, así mismo después de haber sido aplicado el programa de mercados saludables un 83 % de comerciantes inspeccionados manifestaron sentirse satisfechos a diferencia del 17 % que lo encontraron aceptable.

En la investigación se ha concluido que después de haber contrastado las hipótesis con la T- de students, la hipótesis que prevaleció fue que el Programa de mercados saludables si tiene efecto favorable (satisfechos) en los comerciantes del mercado municipal N° 03, debido a que el 83% de ellos respaldan esta afirmación tras haber aplicado los instrumentos necesarios (acta de inspección), llegando así al objetivo general del estudio.

Palabras clave: Mercados Saludables, Satisfacción del comerciante

ABSTRACT

This research is entitled "Effect of the program of healthy markets and satisfaction in the markets of the market N ° 03, Tarapoto 2016", whose general objective is to establish the effect of the program of healthy markets and satisfaction in the merchants of the Market N ° 03, for which the general hypothesis was proposed if it has a satisfaction effect in the merchants of the municipal market N ° 03.

The sample consisted of 69 merchants of the plant's physical plant pavilion, used the experimental research design before a group with two measurements applying the student t-shirt, as well as use as a direct observation instrument and inspection report. The results obtained with 71% of traders inspected before they were applied to the healthy markets program were dissatisfied, while 29% were acceptable, while after the healthy markets program was applied, 83% of traders surveyed expressed their satisfaction with a 17% difference that is acceptable.

In the research, it has been concluded that, after having tested the hypotheses with the students' T-, the hypothesis that prevailed was that the Healthy Markets Program had a favorable effect (satisfied) on merchants of the municipal market N ° 03, due to that 83% of them support this statement after having applied the necessary instruments (inspection report), thus reaching the general objective of the study

Keywords: Healthy Markets, Merchant Satisfaction

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática

La salubridad en los centros de abastos y mercados de nuestro país han ido en aumento, pero este crecimiento no ha sido el esperado debido al desorden y falta de condiciones de salubridad que se encuentran en cada uno de ellos, desde comerciantes de apariencia indeseable para la manipulación de alimentos, pasando por infraestructuras antiguas y descuidadas, han hecho de los mercados lugares que pocos quisieran visitar. (andina.com.pe)

Para empezar los ingresos han ido variando con el transcurrir del tiempo sin embargo ante el alza de los productos del “pan llevar” los mercados son considerados lugares donde los adquieres a menor costo a diferencia de los supermercados o grandes almacenes. Los mercados son el reflejo preciso de las ciudades porque reúnen todas las peculiaridades en un solo lugar, aunque esto muchas veces tenga que ser expuestos de mala manera, sin olvidar que existen mercados que reúnen las cualidades como el orden, limpieza y la calidad de los productos que allí se expenden.

Se le ha metido a la gente, que comprar en los mercados no es sinónimo de confianza, se le ha metido a la gente que la apariencia de quien lo vende dependerá mucho de la futura compra, olvidando que muchos de estos comerciantes llevan a estos centros de abastos productos que ellos mismos producen en sus chacras o parcelas.

La realidad de la responsabilidad de esta mala imagen es compartida, ya que estos mercados y centros de abastos los administra una entidad pública que vienen a ser las municipalidades provinciales y distritales, quienes a través de la modalidad de arrendamiento a un costo por debajo de los alquileres convencionales generan puestos de trabajo ante la escasa oportunidad laboral del país, albergando puestos de venta que van desde abarrotes, comidas, confecciones, zapatería, etc.

La ciudad de Tarapoto no es ajena a este fenómeno, cuenta con 02 mercados (Barrio Partido Alto y Barrio Huayco) los cuales andaban en las condiciones mencionadas líneas arriba, infraestructura precaria no acorde a las normas de Defensa Civil vigentes, desorden en los pabellones, delincuencia, etc. Sin embargo, poco a poco se ha visto pequeños cambios para bien en cuanto a su organización y cuidado, desde el pintado, techado, fumigación, hasta capacitaciones referente a las buenas prácticas de manipulación de alimentos y de formalización para convertir estos puestos de venta en pequeñas empresas.

Según el Informe Situacional del Mercado Municipal N° 03 de Tarapoto realizado por la Municipalidad Provincial de San Martín en el año 2016, el mencionado mercado cuenta con 69 puestos de venta de productos cárnicos en el sector planta física distribuidos de la siguiente manera:

El 21,7 % corresponde al Sector de Venta de Carnes de Cerdos, el 15,9 % corresponde al Sector de Venta de Carne de Res, el 8,7 % corresponde al Sector de vísceras y Menudencia de Res, el 10,1 % corresponde al Sector de Carne Ahumada, el 33,3% corresponde al Sector de Carne de Pollo Eviscerado, el 8,7 % corresponde al Sector de Pescado y el 1,4 % corresponde al Sector de Carne de Cabrito y Carnero.

Ha pasado meses desde la última capacitación y es tiempo de ver el interés que generó en los comerciantes del mercado N° 03 a través de la aplicación de estos conceptos de Mercados Saludables.

1.2 Trabajos previos

A nivel internacional

Lin A. (2014) en su estudio *“Mercados saludables para la salud global”*. USAID GLOBAL HEALTH. Pensilvania, Estados Unidos, tuvo como objetivo seguir creciendo y proporcionar una base para evaluar los impactos históricos, así como oportunidades para una aplicación futura. En un esfuerzo por aprovechar las lecciones de la experiencia pasada, reunir las

lecciones aprendidas y la orientación sobre la forma de abordar las oportunidades futuras a través de un marco de trayectoria hacia la Conformación de Mercado y cinco estudios de caso Destacables en las áreas de salud del VIH, malaria, diarrea e inmunización. Al ver el interés compartido y el impulso organizacional dentro de la comunidad mundial sanitaria, la muestra fueron comunidades de América Latina, concluyendo con que las intervenciones de conformación de mercado están diseñadas para abordar las deficiencias del mercado a través de tres palancas: reducir los costos de transacción, aumentar la información del mercado, y/o equilibrar los riesgos del proveedor y el comprador. Estas intervenciones a menudo se basan en el poder adquisitivo, financiamiento, influencia o acceso a la experiencia técnica de los países, donantes y compradores. Los esfuerzos de conformación de mercado han demostrado un impacto en los sectores público y privado del mercado, aunque los beneficios potenciales deben ser sopesados contra cuestiones relacionadas a la sostenibilidad y las consecuencias inadvertidas. Salud relacionados al VIH, la malaria, y los niños ofrecen conocimientos sobre las complejidades del mundo real de la aplicación de la Trayectoria de Conformación de Mercados.

Chaves P. (2010) en su tesis *“Condiciones higiénico sanitarias de los comedores públicos del mercado municipal Bellavista de la ciudad de Guaranda, provincia de Bolívar. Propuesta de un programa educativo”*. Escuela Politécnica de Chimborazo. Riobamba. Ecuador, tuvo como objetivo estudiar las condiciones higiénicas sanitarias de los comedores públicos del mercado municipal Bellavista de la ciudad Guaranda, provincia de Bolívar y propuesta de un programa educativo. Tuvo como muestra todos los comerciantes del mercado municipal de Bellavista, con el tipo de investigación pre-experimental, concluyó que existe una falta de higiene en la presentación del manipulador y malos hábitos de preparación lo que afecta directamente a la salud del consumidor, ya que el alimento preparado por estas personas se llega a contaminar por microorganismos invisibles al

ojo humano y sólo son advertidos en el microscopio, causando descomposición en la comida o proliferación de bacterias por mantenerlos en temperatura de riesgo. Es importante destacar que una contaminación alimentaria que deriva en una enfermedad alimenticia, podría haber sido evitada con la correcta manipulación de los alimentos y bebidas.

Polanco G. (2013) en sus tesis *“Problemática Ambiental del Mercado Municipal San Pedro de Macorís”*. Universidad Central del Este. San Pedro de Macorís. República Dominicana, tuvo como objetivo analizar y proponer soluciones a la problemática ambiental y sanitaria del Mercado Municipal de S.P.M., el tipo de investigación fue deductivo, se tomó como muestra a todos los comerciantes del mercado de SPM, concluyendo lo siguiente: La problemática ambiental del mercado municipal SPM es producto de la infraestructura deficiente, de procesos inadecuados y de una poco efectiva gestión humana, estos factores se combinan para crear un grave problema ambiental y de inocuidad de alimentos, violando así distintas leyes y normativas vigentes.

Jiménez P. (2013) en su tesis *“Determinación de la insalubridad e higiene del mercado Casuarina del km 27 en la vía perimetral de Guayaquil para la campaña de concienciación de los comerciantes informales de alrededor”*. Universidad de Guayaquil. Guayaquil. Ecuador, tuvo como objetivo Determinar la insalubridad e higiene que existe en el Mercado Casuarina de la ciudad de Guayaquil, el tipo de investigación fue cualitativa, se tomó como muestra a todos los comerciantes del mercado Casuarina, se concluyó: La informalidad se considera un problema complejo que debe ser atendido de manera integral atacando de manera coordinada y simultánea cada una de las causas preponderantes en la ciudad. Es necesario un enfoque dual y diferenciado de las políticas, desarrollando programas progresivos que favorezcan la movilidad social. Es notable el deficiente papel del sector gubernamental en la generación de políticas para la generación de empleo productivo y de calidad. La atención de la informalidad como un problema,

con la aplicación de medidas coercitivas sin una visión integral y sin la planeación debida, origina un efecto negativo y sobre agregado del sector estatal en la agudización de los problemas sociales asociados con el fenómeno de la informalidad.

A nivel nacional

Barco C. (2001) en su tesis *“Aplicación del sistema de análisis de riesgos y control de puntos críticos (HACCP) sobre la evaluación higiénico sanitaria de cuatro centros de abasto de Lima Metropolitana”*. Universidad Mayor de San Marcos. Lima. Perú, tuvo como objetivo de implementar un Plan HACCP para los centros de abastos de alimentos preparados de zonas periurbanas de Lima Metropolitana a fin de mejorar su infraestructura y disminuir las áreas críticas, el tipo de investigación fue deductivo, la muestra fueron 4 centros de abastos de Lima Metropolitana, se concluye: La detección de altos valores de microorganismos contaminantes en los alimentos preparados obedece tanto a prácticas inadecuadas en la preparación (contaminación cruzada, limitado acceso al agua segura, preparación de alimentos con demasiada antelación) así como a los hábitos alimenticios de los consumidores (consumo de alimentos crudos o semicocidos). De las diez variables consideradas en los puestos de comidas y jugos, sólo encontramos diferencias significativas en la evaluación del sistema de desagües, debidas al diseño y antigüedad de los mercados de abastos. Se encontró que los Puntos críticos de Control (PCC) de los centros de abastos evaluados, no mostraron diferencias significativas entre ellos, pudiéndose manejar como una sola área peri-urbana en zonas de bajos ingresos.

Municipalidad Metropolitana de Lima (2016) en su estudio *“Programa de Mercados Saludables”* menciona que es un servicio de certificación de la calidad sanitaria de estos establecimientos, orientado a verificar la calidad y condición salubre de los alimentos y productos comestibles en general para su comercialización y distribución en los mercados de Lima Cercado y

Lima y bebidas. Además de cumplir con los siguientes objetivos: Promover mercados o centros de abastos saludables para el comercio y consumo de alimentos seguros en el distrito del Cercado de Lima, a fin de contribuir a mejorar el estado de salud de la población, reducir las enfermedades transmitidas por alimentos y crear mejores condiciones de trabajo. Desarrollar métodos e instrumentos de capacitación para mercados de abastos saludables del Cercado de Lima que permitan optimizar el sistema de vigilancia. Mejorar la inocuidad de los alimentos, prevenir la ocurrencia de enfermedades transmitidas por alimentos y proteger la salud de la comunidad. Contribuir a promover la garantía de seguridad de los alimentos asociada a la industria turística del país. Elaborar las políticas sanitarias de Mercados de Abasto conforme las normas vigentes en nuestro medio y la institucionalización del programa, asegurando así su continuidad y sostenibilidad en el tiempo.

Carrasco M. (2013) en su tesis *“Conocimientos y buenas prácticas de manufactura en personas dedicadas a la elaboración y expendio de alimentos preparados, en el distrito de Los Olivos, Lima-Perú”* Universidad Cayetano Heredia. Lima. Perú, tuvo como objetivo evaluar el impacto de las capacitaciones sanitarias ofrecidas por un gobierno local sobre la persistencia y aplicaciones de los conocimientos de buenas prácticas de manufactura (BPM) en 60 manipuladores de alimentos de 11 mercados y 23 restaurantes del Distrito de los Olivos. Con el tipo de investigación Pre-experimental como muestra tuvieron 60 manipuladores de alimentos de 11 mercados del distrito de Los Olivos, concluyendo que los cursos de capacitación para manipuladores de alimentos permiten alcanzar y mantener un buen nivel de conocimientos sobre las buenas prácticas de manipulación; sin embargo, éste es principalmente teórico y no necesariamente se traduce en una mejor labor diaria por parte de los beneficiarios. Por ello, se recomienda que las capacitaciones futuras incluyan tópicos tanto teóricos como prácticos, o mejor aún, que sean

eminentemente prácticos (entrenamientos en servicio bajo el concepto de aprender haciendo) complementados con los fundamentos teóricos necesarios, y que además se cuente con los sistemas de supervisión y seguimiento que realmente garanticen su aplicación permanente.

1.3 Teorías Relacionadas al Tema

Variable: PROGRAMA MERCADOS SALUDABLES

Dirección General de Salud Ambiental (2004) en su “Norma sanitaria de funcionamiento de mercados de abasto y ferias” Título I Generalidades Art. 01: Con arreglo a lo dispuesto por el Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de los Alimentos y Bebidas, aprobado por el Decreto Supremo N° 007-98-SA, la presente Norma establece las disposiciones generales de higiene para los mercados de abasto y ferias, con la finalidad de garantizar la inocuidad y calidad sanitaria de los alimentos de consumo humano. Artículo 2°. - Las Municipalidades son los organismos encargados de la vigilancia sanitaria de los mercados de abasto y ferias, así como del cumplimiento de lo dispuesto en la presente Norma. Artículo 3°.- La vigilancia sanitaria de los mercados de abasto y ferias, se sustenta en el análisis de riesgos de las condiciones sanitarias de la comercialización de alimentos y bebidas de consumo humano. Artículo 4°.- La vigilancia sanitaria será desarrollada por personal calificado, con capacitación adecuada y continua sobre las normas sanitarias y las técnicas de observación y evaluación que establezca la Autoridad de Salud. (p. 01)

Iniciativa de la Dirección General de Salud Ambiental del Ministerio de Salud, para la promoción de la alimentación saludable y de la seguridad alimentaria.

Pretende salvar las distancias entre consumidores, productores y administraciones, para favorecer un consumo alimentario más racional y, por lo tanto, más saludable y económico. Se trata de proporcionar a los

ciudadanos que frecuentan los diferentes mercados de abastecimiento de alimentos la información y asesoramiento necesarios para que compren de la mejor manera posible para su economía y su salud, haciendo hincapié en las cualidades de los productos alimentarios autóctonos y, especialmente en los de temporada.

Los principales eslabones que conforman la cadena alimentaria, desde el campo o el mar hasta la mesa, se tratarán de manera sencilla, pero con rigor, para informar, formar e intercambiar experiencias entre todas las personas implicadas.

El programa Mercados Saludables se dirige tanto a ciudadanos que hacen sus compras diarias en los mercados del país como a todos aquellos trabajadores que tienen su puesto en estos establecimientos. Un grupo de técnicos en dietética, seguridad alimentaria y comunicación, visitará los mercados y mercadillos municipales de nuestra geografía para ofrecer información sobre precios, productos de temporada, condiciones de conservación, manipulado o preparación de los alimentos, así como sobre cuáles son las claves de una alimentación saludable. Se ha escogido los propios mercados para desarrollar este programa porque es la forma más efectiva de transmitir la información por su proximidad al consumidor.

Los objetivos del Programa de Mercados Saludables son los siguientes:

- ✓ Asegurar la calidad alimentaria e inocuidad de los alimentos y bebidas de consumo humano en las diferentes etapas de la cadena alimentaria como son la adquisición, transporte, recepción, almacenamiento, preparación y comercialización en los mercados.
- ✓ Establecer requisitos operativos y buenas prácticas de manipulación que deben cumplir los responsables y los manipuladores de alimentos que laboran en los mercados.

- ✓ Establecer condiciones higiénico-sanitarias y de infraestructura mínimas que deben cumplir los establecimientos que tengan la condición de mercados.
- ✓ Proporcionar información sobre seguridad alimentaria, con especial referencia a la higiene.
- ✓ Informar sobre los distintos grupos de alimentos que se pueden adquirir en un mercado y que componen la cesta de la compra en cuanto a: producción, elaboración, propiedades nutricionales, métodos de conservación, etc.
- ✓ Mostrar las ventajas del consumo de alimentos frescos, naturales, orgánicos, y de temporada.
- ✓ Distribuir materiales didácticos sobre nutrición, seguridad alimentaria, precios de consumo, pautas culinarias o recetarios de cocina.
- ✓ Recabar información sobre conocimientos, hábitos y actitudes de los consumidores.
- ✓ Distribución de un boletín informativo mensual sobre alimentación saludable.

El patrón de seguridad alimentaria como parte del programa se refiere a la evaluación de riesgos, buenas prácticas de manipulación y programa de higiene y saneamiento.

En las instalaciones de los mercados de abastos se deberá cumplir con las siguientes condiciones sanitarias:

- ✓ Deberán asegurar la utilización de agua potable, abastecida de manera continua y en cantidad suficiente de acuerdo a los requerimientos de limpieza del mercado y demás operaciones realizadas el establecimiento.
- ✓ El almacenamiento de agua potable podrá hacerse en cisterna o tanques elevados ubicados en lugares no expuestos a filtraciones o contaminación y manteniéndose en ellos su potabilidad, no debiendo ésta contener niveles menores a 0,5 ppm de cloro residual.

- ✓ El sistema de aguas residuales debe garantizar la evacuación sanitaria de las aguas residuales; éstas deberán disponerse en la red de alcantarillado o en su defecto, se deberán disponer de manera tal que no se generen riesgos para la salud y el ambiente. Así mismo deberá contar con sumideros de mínimo 6 pulgadas de diámetro distribuidos por todos los pasadizos, y estarán cubiertos por rejillas metálicas desmontables a fin de evitar el ingreso de roedores e insectos al establecimiento.

En la distribución de los puestos de ventas se tendrá en consideración lo siguiente:

- ✓ La distribución de secciones será por tipo de alimento, de tal manera que evite la contaminación cruzada, bien sea por efecto de circulación de los equipos rodantes, del personal, de la proximidad a los servicios higiénicos, del colector de residuos sólidos o de cualquier tipo de contaminación.
- ✓ Los puestos de comercialización se construirán de material no inflamable, fáciles de limpiar y desinfectar, se deben mantener en buen estado de conservación y el diseño de las instalaciones será apropiado para la exhibición y comercialización de los alimentos en forma inocua. Las superficies que estén en contacto directo con el alimento deberán ser fáciles de limpiar y desinfectar.

Los manipuladores de alimentos deberán contar las condiciones higiénicas:

- ✓ Se lavarán las manos siempre antes de manipular los alimentos, inmediatamente después de utilizar los servicios higiénicos, toser o estornudar, rascarse cualquier parte del cuerpo, después de manipular material potencialmente contaminado. Las manos deberán estar libre de anillos y de cualquier otro adorno; las uñas de mantendrán cortas, limpias y sin esmalte-

- ✓ No utilizarán durante sus labores, sustancias o productos que puedan afectar a los alimentos, transfiriéndoles olores o sabores extraños, tales como perfumes, maquillajes, cremas entre otros.
- ✓ Está prohibido comer, fumar, masticar, tomar licor y realizar prácticas antihigiénicas como escupir, cuando manipulan el alimento.
- ✓ No se realizarán simultáneamente labores de limpieza, las cuales deben efectuarse al inicio y al concluir sus actividades específicas de manipulación.

De la capacitación de los manipuladores:

- ✓ La capacitación de los manipuladores de alimentos y su aplicación, es obligatoria para el ejercicio de la actividad. La capacitación podrá ser brindada por municipalidades, entidades públicas o privadas, personas naturales especializadas. La capacitación se realizará con una frecuencia mínima de 6 meses y deberá tener una duración de por lo menos 10 horas, otorgándose al final de cada capacitación teórico-práctica una constancia que será colocada en su puesto en un lugar visible.
- ✓ Los programas de capacitación a manipuladores de alimentos se realizarán por grupos de alimentos.
- ✓ Los temas de programas de capacitación deberán contener como mínimo, aspectos referentes a: relaciones humanas, generalidades de composición de alimentos, propiedades y evaluación sensorial de los alimentos, contaminación de los alimentos y efectos en la salud, buenas prácticas de manipulación, principios de higiene personal y programa de higiene y saneamiento.

Satisfacción

En una organización según **Wright y Bonett, (2007)**. “la satisfacción laboral es probablemente la más común y más antigua forma de operacionalización de la felicidad en el lugar de trabajo” tras la búsqueda de artículos

relacionados a esta investigación, se encontraron estas definiciones respecto a “satisfacción laboral”.

Sikula(1992) menciona a la satisfacción en el trabajo como “una resultante afectiva del trabajador a la vista de los papeles de trabajo que este detenta, resultante final de la interacción dinámica de dos conjuntos de coordenadas llamadas necesidades humanas e incitaciones del empleado” .p.47

Spector (1997) por su parte dice que “la satisfacción laboral es una variable actitudinal que puede ser un indicador diagnóstico del grado en que a las personas les gusta su trabajo”. p.29

Blum y Nayles (2006) subrayan a la satisfacción en el trabajo como “el resultado de varias actitudes que tiene un empleado hacia su trabajo, los factores conexos y la vida en general”. p.47

Wright y Davis (2003) aducen de la satisfacción laboral como la “representación a una interacción entre los empleados y su ambiente de trabajo, en donde se busca la congruencia entre lo que los empleados quieren de su trabajo y lo que los empleados sienten que reciben”. p.70

Bracho (2006) refiere como “la respuesta afectiva, resultante de la relación entre las experiencias, necesidades, valores y expectativas de cada miembro de una organización y las condiciones de trabajo percibidas por ellos”. p.47

Para Lee y Chang (2008) dicen que la satisfacción laboral es “una actitud general que el individuo tiene hacia su trabajo”. p.733

Koontz y O'Donnell (2006) plantean que la satisfacción laboral se refiere al “bienestar que se experimenta en el trabajo, cuando un deseo es satisfecho, relacionándolo también con la motivación al trabajo”. p.48

Andresen, Domsch y Cascorbi (2007) definen como “un estado emocional placentero o positivo resultante de la experiencia misma del trabajo; dicho

estado es alcanzado satisfaciendo ciertos requerimientos individuales a través de su trabajo” p.219

Chiavenato (1986) menciona a la satisfacción en el trabajo como “la actitud general del individuo hacia su trabajo”.

Aunque la satisfacción del cliente es el objetivo importante, no es el objetivo final de las organizaciones, es el conducto para la obtención de buenos resultados económicos. Estos resultados serán mayores siempre y cuando los clientes sean fieles, debido a la existencia de una gran correlación entre la retención de los clientes y los beneficios que éstos generan.

Satisfacción en los mercados o centros de abastos

Fernández, Martínez y Rebollo (2008), mencionan que en las últimas décadas se aparecieron formatos comerciales muy diferentes, relacionados entre sí para alcanzar el éxito comercial. Produciéndose así el crecimiento de grandes grupos de distribución que a lo largo se convierten en la mayor cuota de mercado, sobre todo en el sector de comercialización y distribución alimentaria. Situación que lleva la necesidad de transición de un comercio minorista orientado a la distribución de productos en puntos de venta, a una unidad de negocio productora y vendedora que pone a disposición del consumidor los bienes y servicios oportunos, es decir, orientada estratégicamente al mercado, Bustos y González, (2006). En decir los mercados y centros de abastos ya no son tan imprescindibles para la distribución de productos a toda la población de un lugar sin embargo asisten casi inmutables a la evolución del entorno del que depende su futuro. La continuidad en el tiempo está cada vez más ligada al poder económico y al atractivo comercial que convierta a los mercados en algo original y diferenciado del resto. Según Martín (2010), la adquisición de bienes está condicionada por el comportamiento del consumidor actual que mediante un proceso racional o irracional selecciona, adquiere, usa y

dispone de productos, ideas o servicios para satisfacer sus necesidades y deseos.

Los mercados municipales minoristas serán competitivos siempre y cuando sean capaces de satisfacer las necesidades de los consumidores Por esto es necesario conocer la realidad de los mercados de abastos de la ciudad, saber el objetivo y ver la relación entre oferta y demanda.

Satisfacción de los usuarios

Hernández, P. (2011) Aduce que significa complacer un deseo, y por derivación satisfacción se comprende como la acción de satisfacer una necesidad o un deseo, en ese sentido de estos dos términos determina que nuestra esencia es complacer nuestras propias necesidades. Sin embargo, para que esta complacencia sea una verdad es necesario medirla. El interés por medir la satisfacción de los usuarios ha estado en la mente de los profesionales de la información.

Por esta razón la aplicación del Programa de Mercados Saludables en los comerciantes de los mercados busca a través de la aplicación de procedimientos cambiar la manera errónea que se ha venido haciendo por parte de los comerciantes, no es necesario tener los productos en un mostrador, tener el precio y ubicarlos de manera ordenada, sino significa complementar el proceso de compra-venta de los productos con procedimientos que intervengan tanto el espacio físico, la imagen del vendedor, la calidad de los productos y la calidad del servicio hacia los usuarios.

1.4 Formulación del problema

Objetivo general

¿Cuál es el efecto del programa mercados saludables y satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016?

Objetivos específicos

¿Cuál es el nivel de satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016 con la ejecución del programa mercados saludables?

¿Cuál es el nivel de satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016 sin la ejecución del programa mercados saludables?

1.5. Justificación del Estudio

Conveniencia

La Universidad César Vallejo, establece que los maestrantes de la Escuela de Postgrado, deben elaborar un trabajo de investigación científica orientado a potenciar las capacidades de sus alumnos mediante la aplicación del método de investigación científica.

Relevancia Social

El presente estudio permite a los comerciantes del Mercado N° 03 mejorar en ciertos aspectos saludables al momento de efectuar una venta, estas técnicas y demás contenidos se encuentran en el material distribuido por el Ministerio de la Producción y el Ministerio de Salud para su aplicación, pensados en el beneficio únicamente de los comerciantes del mencionado centro de abasto, además que permite llevar un mejor control de la institución a cargo de la como es el caso de la MPSM a través de la Unidad de Administración de Servicios y Comercio.

Valor teórico

La presente investigación pretende recopilar información teórica referente a los mercados saludables son servicios de certificación de la calidad sanitaria de estos establecimientos(mercados), orientado a verificar la calidad y condición salubre de los alimentos y productos comestibles en general para su comercialización y distribución en los mercados del Perú.

Satisfacción de aceptación se refiere al nivel de conformidad de la persona cuando realiza una compra o utiliza un servicio. La lógica indica que, a

mayor satisfacción, mayor posibilidad de que el usuario realice lo aprendido repetidas veces hasta convertirse en un hábito.

Encontramos los resultados al levantar actas de inspección a los comerciantes del mercado N° 03 Barrio Huayco, quienes llevaron a cabo el programa de mercados saludables.

Implicancia práctica

El motivo del presente estudio es debido a la situación actual del conjunto de servicios que ofrecen los comerciantes del mercado N°03 ya que en muchos casos es preocupante y no eficiente sabiendo que Tarapoto cuenta con una gama de productos orgánicos que reúnen las condiciones de inocuidad para ser comercializados.

Utilidad metodológica

En el desarrollo de la tesis se empleó el método científico, además de técnicas e instrumentos de recolección de datos: actas de inspección, guías de observación, análisis documental lo cual permitirá evaluar los Mercados Saludables y su relación con la satisfacción de participación de los comerciantes del Mercado N° 03.

1.6. Hipótesis

Hipótesis general

H_i: El programa mercados saludables tiene efecto en la satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016?

Hipótesis específica

H1: El nivel de satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016 antes de la ejecución del programa mercados saludables, es bajo.

H2: El nivel de satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016 después de la ejecución del programa mercados saludables, es alto.

1.7. Objetivos

General

Encontrar el efecto del programa de mercados saludables y satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016.

Específico

Describir el nivel de satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016 antes de la ejecución del programa mercados saludables, según las dimensiones.

Describir el nivel de satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016 después de la ejecución del programa mercados saludables, según las dimensiones.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de investigación

Diseño pre-experimental: llamado así porque proporcionan un control escaso o nulo de las variables extrañas (validez interna y externa) entre algunos pre-experimentales tenemos:

Diseño de un grupo con dos mediciones

Diagrama o esquema —

O_1	X	O_2
-------	---	-------

A un grupo se le aplica una prueba previa al estímulo o tratamiento experimental, después se le administra el tratamiento y finalmente se le aplica una prueba posterior al estímulo. Este diseño ofrece una ventaja sobre el anterior: existe un punto de referencia inicial para ver qué nivel tenía el grupo en la(s) variable(s) dependiente(s) antes del estímulo. Es decir, hay un seguimiento del grupo. Sin embargo, el diseño no resulta conveniente para fines de establecer causalidad: no hay manipulación ni grupo de comparación, y es posible que actúen varias fuentes de invalidación interna, por ejemplo, la historia. Entre O_1 y O_2 , podrán ocurrir otros acontecimientos capaces de generar cambios, además del tratamiento experimental (Campbell y Stanley, 1966), Y cuanto más largo sea el lapso entre ambas mediciones, mayor será también la posibilidad de que actúe la historia. Asimismo, es probable que entre O_1 y O_2 , se presente la maduración (fatiga, aburrimiento, etcétera). Por otro lado, se corre el riesgo de elegir a un grupo atípico O que en el momento del experimento no se encuentre en su estado normal. Pueden presentarse la regresión estadística y diversas interacciones que se mencionaron (interacción entre selección y maduración, por ejemplo). Asimismo, es posible que haya un efecto de la preprueba sobre la postprueba. En este segundo diseño la causalidad tampoco se establece con certeza. En ocasiones este diseño se utiliza con un solo individuo. (Hernandez, R.) Pg. 187.

2.2. Variables, Operacionalización

V1: Programa Nacional de Mercados Saludables

V2.: Satisfacción de los comerciantes

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Escala de medición
PROGRAMA DE MERCADOS SALUDABLES	DIGESA (2004) El programa de Mercados saludables viene siendo desarrollado por DIGESA cuyo objetivo mejorar las condiciones higiénico-sanitarias de los establecimientos donde se comercializan alimentos, por ende contribuye a la reducción del riesgo de contaminación y protección de la salud de la población.	Ambiente Físico	▪ Infraestructura e instalación	Nominal
			▪ Condiciones ambientales aceptables	
			▪ Instalaciones físicas	
		Herramientas	▪ Indumentaria	
			▪ Equipos y máquinas	
Comerciante	▪ Métodos de buenas prácticas.			
SATISFACCIÓN EN LOS COMERCIANTES	HERNANDEZ, P.(2011) Aduce que significa complacer un deseo, y por derivación satisfacción se comprende como la acción de satisfacer una necesidad o un deseo, en ese sentido estos dos términos determinan que nuestra esencia es complacer nuestras propias necesidades.	Calidad del programa	• Valoración del programa	Satisfecho Aceptable Insatisfecho Y se considerará el puntaje obtenido en la encuesta de inspección
			▪ Aplicación del programa	
			▪ Evaluación del programa	
			▪ Control de la aplicación del programa	
			▪ Certificación de comerciantes	

2.3. Población y muestra

Población: La población total de la investigación estuvo conformada por 69 comerciantes del Pabellón Planta Física del Mercado Municipal N° 03,

cantidad extraída del padrón de arrendatarios de la Municipalidad Provincial de San Martín a diciembre del 2016.

Muestra: Como la población no es extensa por esta razón para el desarrollo del estudio se utilizó la población en su totalidad es decir 69 comerciantes del Pabellón Planta Física del Mercado Municipal N° 03.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Tanto para la variable “Programa de Mercados Saludables” como para la variable “Satisfacción en los comerciantes”, la técnica empleada fue observación directa y acta de inspección, debido a que se recolecto información necesaria a partir de los datos obtenidos de las inspecciones a los comerciantes de los 69 puestos de ventas del pabellón Planta Física del Mercado Municipal N° 03, evaluándolos antes y después de haber sido aplicado el Programa de Mercados Saludables.

Validación y confiabilidad de los instrumentos

Para la investigación se utilizaron instrumentos que permitieron recoger información necesaria de primera mano, en tanto posee requisitos para la efectividad y eficacia, por otro lado, se tuvo juicio de expertos para su validación.

Además de ello se utilizará el análisis estadístico alfa de **Cronbach** con la formula detallado a continuación:

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

En primera instancia se diseñaron los instrumentos y se consultó a tres expertos de grado académico magister. En segunda instancia, se tomaron las recomendaciones planteadas por los expertos para mejorar los resultados.

2.5. Método de análisis de datos

Recolección de datos (fuente primaria) a través del plan de inspecciones 2016 y de documentación que describa la situación actual de los 69 puestos de venta del mercado municipal N° 03 - pabellón planta física.

Aplicación de actas de inspección a los 69 comerciantes de los puestos de venta como parte del control trimestral hecho por la Municipalidad Provincial de San Martín.

La representación de los datos obtenidos se hará mediante cuadros y gráficos utilizando la herramienta de Excel 2010.

- **Forma de análisis de información**

Los datos obtenidos en la aplicación de los instrumentos elaborados para la presente investigación, se analizan de acuerdo al método inductivo deductivo, para ello se elaborará un cuadro de análisis de información, donde se consideran los aspectos a evaluar, lo cual nos ayudará a proponer las recomendaciones y/o acciones que ayuden al logro de los objetivos establecidos.

La información se hará con el tratamiento estadístico de t de students significa que se requiere estimar la media poblacional sin conocer la desviación estándar y por lo tanto, hay que estimarla, eso sí, siempre y cuando la distribución original sea aproximadamente normal.(Juarez R.)Pg.118.

Después de haber sido aplicado el Programa de Mercados Saludables de estableció un tiempo de tres meses para evaluar los efectos que generó en los comerciantes.

2.6. Aspectos éticos

Se tendrá en cuenta la veracidad y confiabilidad de los datos obtenidos con la finalidad de analizar las variables.

III. RESULTADOS

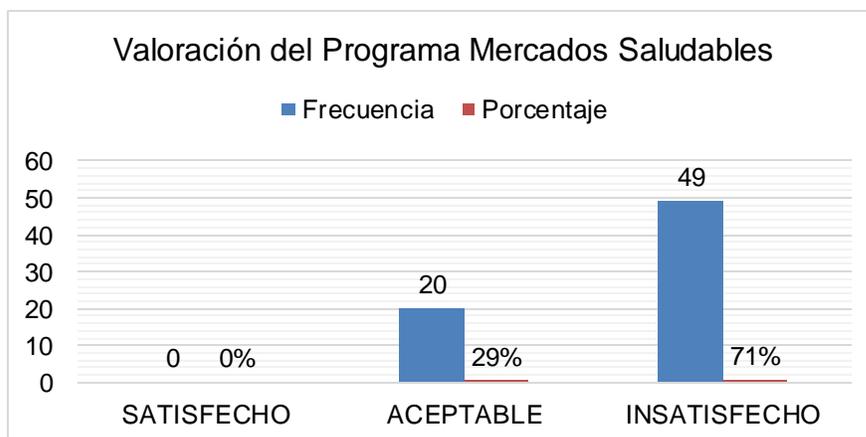
De acuerdo a los objetivos establecidos se encontraron los siguientes resultados: **En función al objetivo 01**; describir el nivel de satisfacción por dimensión en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016 antes de la ejecución del programa mercados saludables, según las dimensiones:

Tabla 01: Distribución y Frecuencias Valoración del P.M.S antes de su aplicación

Antes de la aplicación PMS	Frecuencia	Porcentaje %
Satisfecho	0	0%
Aceptable	20	29%
Insatisfecho	49	71%
Total	69	100%

Fuente: Formato de inspección del Programa Mercados Saludables - MPSM, 2016

Gráfico 01: Distribución de frecuencias y porcentajes



Fuente: Formato de inspección Programa Mercados Saludables - MPSM, 2016.

Descripción de resultados

Se observa que de la calidad del programa mercados saludables en el indicador Valoración del programa antes de la aplicación del programa en los comerciantes del Mercado N° 03 el 71 % no se encuentra insatisfecho, indicando que no es

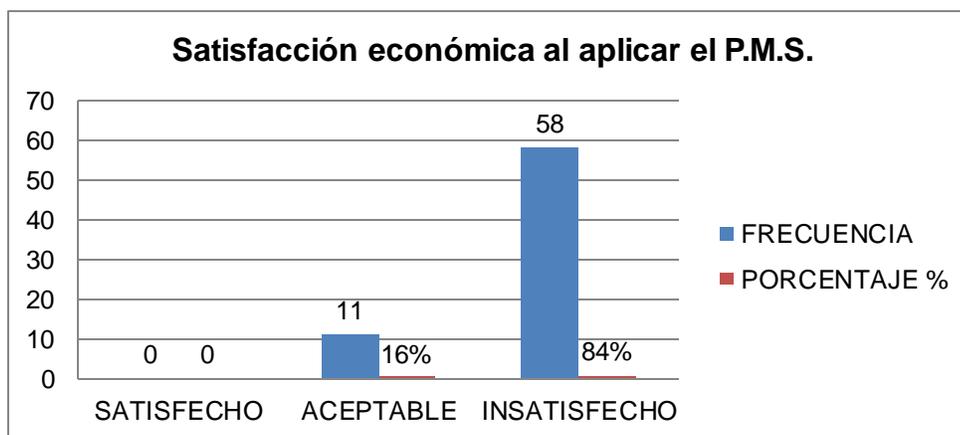
necesario aplicarlo, porque los clientes casi en su totalidad no se fijan en la apariencia de los comerciantes, ni en el trato que reciben por parte de ellos y el restante que equivale al 29% mencionan que es aceptable.

Tabla 02: Satisfacción económica del Programa de Mercados Saludables antes de su aplicación

Antes de la aplicación PMS	Frecuencia	Porcentaje %
Satisfecho	0	0
Aceptable	11	16 %
Insatisfecho	58	84 %
Total	69	100 %

Fuente: Formato de inspección del Programa Mercados Saludables - MPSM, 2016.

Gráfico 02: Distribución de frecuencias y porcentajes



Fuente: Formato de inspección Programa Mercados Saludables - MPSM, 2016.

Descripción de resultados

Se observa que del indicador Satisfacción económica al aplicar el Programa de Mercados Saludables, el 84 % de comerciantes opinaron que no les trae ningún tipo de satisfacción económica antes de la aplicación del programa y el 16 % de

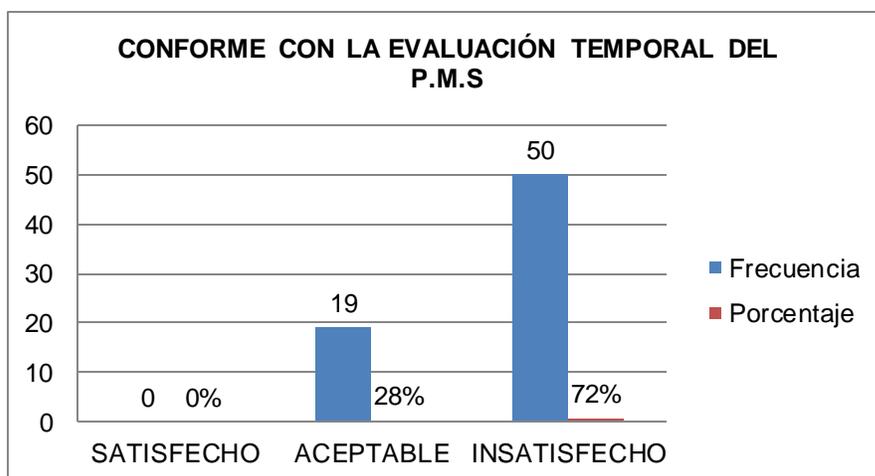
los comerciantes opina que si les traerá mayor satisfacción económica en sus ventas diarias después de seguir los lineamientos de este programa.

Tabla 03: Conformidad con la evaluación temporal de la aplicación de las BP promovida en el programa “Mercados Saludables”

Antes de la aplicación PMS	Frecuencia	Porcentaje %
Satisfecho	0	0 %
Aceptable	19	0 %
Insatisfecho	50	100 %
Total	69	100 %

Fuente: Formato de inspección del Programa Mercados Saludables - MPSM, 2016.

Gráfico 03: Distribución de frecuencias y porcentajes



Fuente: Formato de inspección Programa Mercados Saludables - MPSM, 2016.

Descripción de resultados

Del siguiente gráfico se extraen los resultados referido a la conformidad de ser evaluados temporalmente por la Municipalidad Provincial de San Martín si estarían cumpliendo los lineamientos del Programa de Mercados Saludables, con un 72 % los comerciantes mencionan estar insatisfechos antes de que se aplique

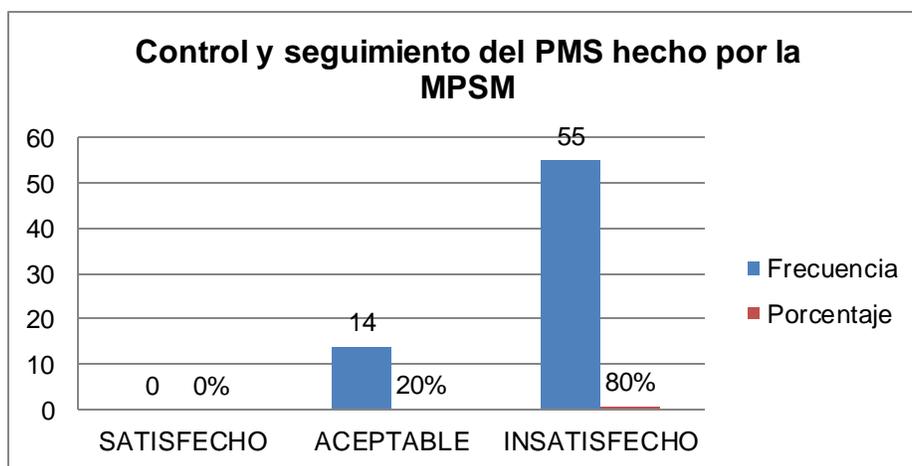
este programa porque no lo consideraban necesario y además de ser una pérdida de tiempo y con un 28 % mencionan que es aceptable porque necesitan algunos cambios en sus puestos de venta.

Tabla 04: Control y seguimiento del P.M.S hecho por la MPSM

Antes de la aplicación PMS	Frecuencia	Porcentaje %
Satisfecho	0	0 %
Aceptable	14	20 %
Insatisfecho	55	80 %
Total	69	100 %

Fuente: Formato de inspección del Programa Mercados Saludables - MPSM, 2016.

Gráfico 04: Distribución de frecuencias y porcentajes



Fuente: Formato de inspección Programa Mercados Saludables - MPSM, 2016.

Descripción de resultados

Como último gráfico de esta pregunta acerca del sentimiento de los comerciantes que la Municipalidad Provincial de San Martín a raíz de controlar la aplicación de los lineamientos del programa recibirían una certificación, el 80 % de comerciantes inspeccionados aducen que les resultaría insatisfecho recibir una certificación porque de nada les servirá y los clientes no se fijan en esos detalles al generar una compra, al contrario ellos lo que quieren es adquirir sus productos

y retirarse del mercado en el menor tiempo posible mientras que el 20% consideran Aceptable el sentir después de pasar el control y evaluación de la MPSM.

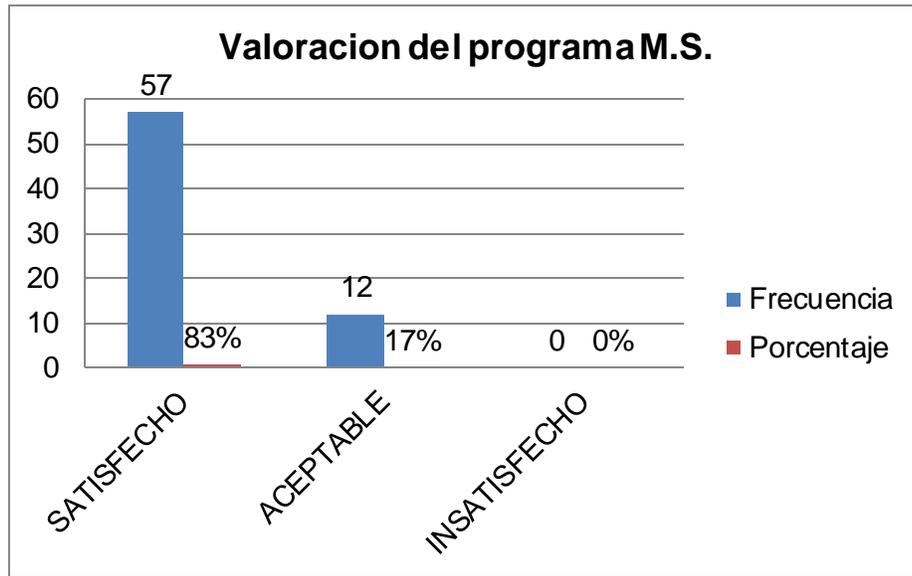
En relación al objetivo específico 02, describir el nivel de satisfacción por dimensión en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016 después de la ejecución del programa mercados saludables, según las dimensiones.

Tabla 05: Distribución y Frecuencias de Valoración Después de la Aplicación del Programa Mercados Saludables

Después de la aplicación PMS	Frecuencia	Porcentaje %
Satisfecho	57	83%
Aceptable	12	17%
Insatisfecho	0	0
Total	69	100%

Fuente: Formato de inspección del Programa Mercados Saludables - MPSM, 2016.

Gráfico 05: Distribución de frecuencias y porcentajes



Fuente: Formato de inspección Programa Mercados Saludables - MPSM, 2016.

Descripción de resultados

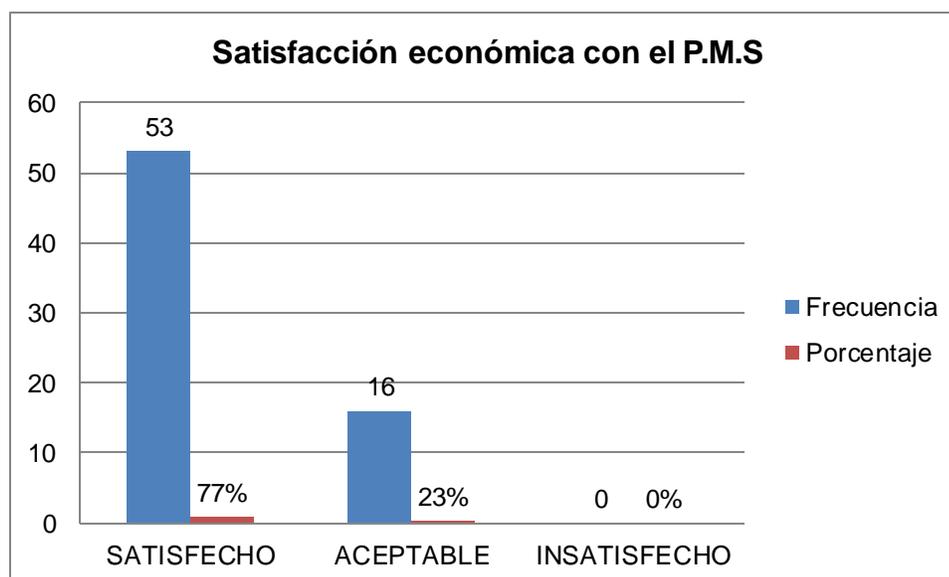
Después de haber aplicado el programa de Mercados Saludables en los comerciantes del Mercado N° 03 sección Planta Física, con un 83 % de personas inspeccionadas se encuentran Satisfechos con el programa porque aprendieron buenas prácticas de manipulación de productos, utensilios, de higiene, atención al cliente, etc. y consideran que de todas maneras es un buen programa que merece ser tomado en cuenta por el resto de comerciantes de dicho mercado y el 17 % de inspeccionados valoran al Programa Aceptable.

Tabla 06: Satisfacción económica del Programa de Mercados Saludables después de su aplicación

Después de la aplicación PMS	Frecuencia	Porcentaje %
Satisfecho	53	77 %
Aceptable	16	23 %
Insatisfecho	0	0 %
Total	69	100 %

Fuente: Formato de inspección del Programa Mercados Saludables - MPSM, 2016.

Gráfico 06: Distribución de frecuencias y porcentajes



Fuente: Formato de inspección Programa Mercados Saludables - MPSM, 2016.

Descripción de resultados

Del siguiente gráfico se observa que el 77 % de los comerciantes inspeccionados se encuentran satisfechos económica después de haber aplicado los lineamientos del programa de Mercados Saludables, cambiaron de parecer debido a que se dieron cuenta que los clientes si se dan cuenta de ciertos detalles que ellos no creían importantes antes de realizar una compra, mientras mejor sea

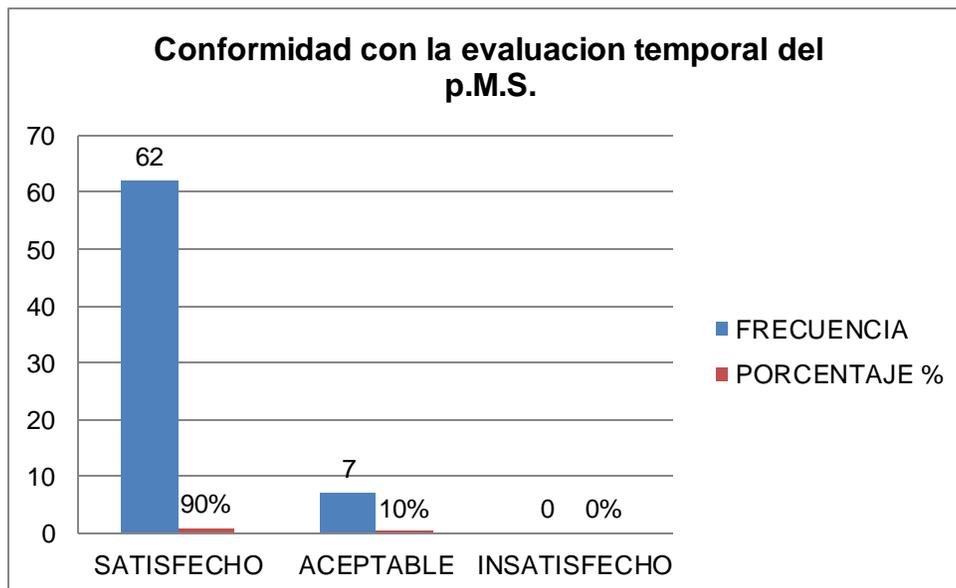
la experiencia de compra mayores serán los clientes y mayores serán los ingresos económicos, un 23 % de comerciantes inspeccionados consideran aceptable la satisfacción económica porque no se incrementaron las ventas que ellos creyeron al formar parte del programa de mercados saludables.

Tabla 07: Conformidad con la evaluación temporal por la MPSM de las BP promovida en el programa “Mercados Saludables”

Después de la aplicación PMS	Frecuencia	Porcentaje %
Satisfecho	62	90 %
Aceptable	7	10 %
Insatisfecho	0	0 %
Total	69	100 %

Fuente: Formato de inspección del Programa Mercados Saludables - MPSM, 2016

Gráfico 07: Distribución de frecuencias y porcentajes



Fuente: Formato de inspección Programa Mercados Saludables - MPSM, 2016.

Descripción de resultados

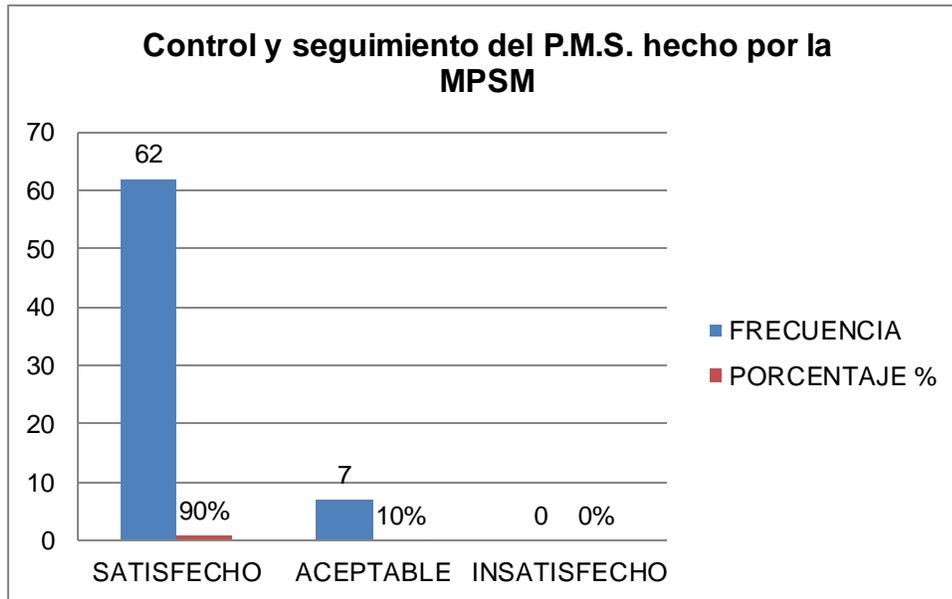
Del siguiente gráfico se extraen los resultados referido a la conformidad de ser evaluados temporalmente por la Municipalidad Provincial de San Martín si estarían cumpliendo los lineamientos del Programa de Mercados Saludables, con un 90 % los comerciantes mencionan estar satisfechos después de haber sido aplicado el programa, si antes lo consideraban innecesario ahora lo consideran necesario porque les ayuda a mejorar los procesos y la presentación de sus productos ofertados a los clientes del mercado N° 03, en tanto el 10% de los comerciantes inspeccionados consideran aceptable estas evaluaciones porque es una parte del cambio que necesita el manejo del mercado para los comerciantes, si ellos mejoran el mercado N° 03 debe mejorar para brindar buenas condiciones a los clientes que a diario realizan sus compras.

Tabla 08: Control y seguimiento del P.M.S. hecho por la MPSM

Después de la aplicación PMS	Frecuencia	Porcentaje %
Satisfecho	62	90 %
Aceptable	7	10 %
Insatisfecho	0	0 %
Total	69	100 %

Fuente: Formato de inspección del Programa Mercados Saludables - MPSM, 2016.

Gráfico 08: Distribución de frecuencias y porcentajes



Fuente: Formato de inspección Programa Mercados Saludables - MPSM, 2016.

Descripción de resultados

Como último gráfico a esta pregunta referente al sentimiento de los comerciantes con el control hecho por la Municipalidad Provincial de San Martín a raíz de controlar la aplicación de los lineamientos del programa recibirían una certificación, el 90 % de comerciantes inspeccionados aducen que les resulta satisfacción recibir una certificación porque les da mejor imagen y mayor nivel a diferencias de otros comerciantes, los clientes tendrán mayor confianza en adquirir sus productos en sus puestos de venta, porque ellos consideran que la calidad no sólo es vender un producto en buen estado, sino es algo integral donde el servicio y el buen trato son dos factores determinantes para que el cliente se quede, el otro 10 % por su lado mencionan que es aceptable estar controlados y vigilados por la MPSM porque serán los funcionarios municipales quienes los ayuden a mejorar y a corregir ciertos errores que puedan ocurrir, antes de recibir una certificación.

En relación al objetivo general establecer el efecto del programa mercados saludables y satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016.

N°	X	y	N°	X	y
1	3	5	41	1	4
2	1	4	42	2	4
3	2	3	43	2	4
4	1	4	44	1	5
5	2	5	45	1	4
6	1	4	46	3	5
7	1	3	47	3	5
8	2	3	48	3	5
9	2	4	49	1	3
10	1	4	50	2	5
11	2	4	51	1	4
12	1	4	52	2	4
13	2	5	53	1	3
14	1	4	54	3	4
15	3	5	55	3	5
16	3	5	56	1	4
17	1	3	57	2	4
18	2	4	58	2	4
19	2	4	59	3	4
20	1	4	60	2	4
21	2	5	61	3	5
22	1	4	62	2	3
23	2	5	63	2	4
24	1	3	64	1	4
25	2	4	65	1	5
26	1	4	66	2	4
27	2	4	67	2	5
28	1	4	68	1	4
29	2	3	69	3	5
30	2	3	PROMEDIO	1.84	4.17
31	1	4			
32	3	5			
33	3	5			
34	1	4			
35	1	4			
36	3	5			
37	1	4			
38	2	4			
39	3	5			
40	3	5			

La t calculada (Tt) se determinó mediante la siguiente fórmula:

$$t = \frac{(\bar{X} - \bar{Y})}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n} + \frac{S_2^2}{n}}}$$

$$t_c = 16.199$$

$$gl = 69 \quad \text{nivel de significancia} = 0.05$$

$$t_t = 1.661$$

Se plantean las siguientes hipótesis estadísticas

Hipótesis Nula

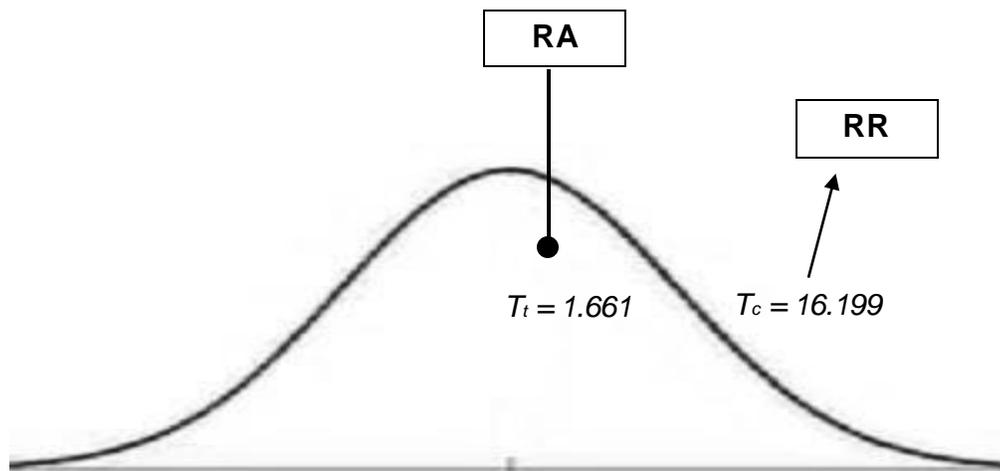
Si $T_t > T_c$ El programa mercados saludables no tiene efecto en la satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016.

Hipótesis Alterna

Si $T_c > T_t$ El programa mercados saludables tiene efecto en la satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016.

CONTRASTACIÓN	HIPÓTESIS	Distribución T – Student		Decisión
		Nivel de significancia 5%		
		T _c	T _t	
Pre prueba y post prueba del grupo de estudio	$H_0 : \mu O_2 = \mu O_1$ $H_1 : \mu O_2 > \mu O_1$	16.199	1.661	Rechaza H ₀ Acepta H ₁

Fuente: Datos del anexo N° 02 procesador mediante la comparación de medias medidas apareadas.



Al contrastar las hipótesis, se cumple que $T_c: 11.595 > T_i: 1.661$; es decir, $T_c \in RR$, entonces se rechaza la hipótesis nula ($H_0 : \mu O_2 = \mu O_1$) y se acepta la alterna ($H_1 : \mu O_2 > \mu O_1$); en consecuencia, El programa mercados saludables tiene efecto de satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016.

IV. DISCUSIÓN

Como objetivo general se buscó encontrar el efecto del programa mercados saludables y en la satisfacción de los comerciantes del Mercado N° 03 se usó la T- de students se estableció que sí tuvo efecto de satisfacción en los comerciantes del mencionado centro de abasto, de esta manera queda evidenciado que los comerciantes después de haber aplicado el programa de mercados saludables se encuentran más capacitados en temas tales como: de manipulación de alimentos, control de plagas, condiciones de salubridad, higiene, manejo de residuos sólidos, calidad de servicio, además de mostrar un notable crecimiento en las ventas diarias, algo que no pasaba anteriormente cuando se notaba lo mencionado por Chaves P. (2010) en su tesis *“Condiciones higiénico sanitarias de los comedores públicos del mercado municipal Bellavista de la ciudad de Guaranda, provincia de Bolívar. Propuesta de un programa educativo”*, la falta de higiene en la presentación del manipulador y malos hábitos de preparación lo que afecta directamente a la salud del consumidor, ya que el alimento preparado por estas personas se llega a contaminar por microorganismos invisibles al ojo humano y sólo son advertidos en el microscopio, causando descomposición en la comida o proliferación de bacterias por mantenerlos en temperatura de riesgo. Esto se notó en las constantes quejas de los usuarios al no sentir la calidad de la compra que realizaron. Por esta razón la limpieza se realiza de forma diaria y una desinfección semanal de todo el centro de abasto. Es responsabilidad de la municipalidad programar más de una limpieza general al mes, en el horario donde no concurren al mercado.

Según Polanco G. (2013) en sus tesis *“Problemática Ambiental del Mercado Municipal San Pedro de Macorís”* concluyó que la problemática ambiental del mercado municipal SPM es producto de la infraestructura deficiente, de procesos inadecuados y de una poco efectiva gestión humana, estos factores se combinan para crear un grave problema ambiental y de inocuidad de alimentos, violando así distintas leyes y normativas vigentes. La realidad del Mercado N° 03 no fue ajena a esa realidad porque antes de la aplicación del programa los comerciantes

tenían el desinterés por mejorar el aspecto de sus locales, su higiene personal, la imagen que mostraban al comprador no era la adecuada ya que ellos siempre creían que las compras en un mercado municipal no tenían nada que ver con la imagen externa. Grata fue la sorpresa para ellos que al aplicar los diferentes manuales de buenas prácticas los compradores de daban cuentan de dichos cambios y se acercaban a comprar sus productos porque ya sentían la confianza esperada por ellos, además de formarse un efecto multiplicador y un prestigio a diferencias del resto de comerciantes.

Cabe recalcar que la Municipalidad Provincial de San Martín mejora la fachada de los mercados dos veces al año, depende mucho de la decisión tomada por los comerciantes con el fin de mejorar sin esperar mucho de la municipalidad. Según los datos del SAT la mensualidad de los comerciantes oscila entre los S/. 20 a S/. 50 nuevos soles, dinero insuficiente para hacer “grandes arreglos” en la infraestructura del mercado.

El tema que más salió a relucir en si duda alguna la falta de salubridad que muchas veces depende de la informalidad de algunos comerciantes y de los compradores con el fin de ahorrar unas monedas adquieren los más barato posible esta realidad también lo detalló Jiménez P. (2013) en sus tesis *“Determinación de la insalubridad e higiene del mercado Casuarina del km 27 en la vía perimetral de Guayaquil para la campaña de concienciación de los comerciantes informales de alrededor”* concluyendo que la informalidad se consideró un problema complejo que debe ser atendido de manera integral atacando de manera coordinada y simultánea cada una de las causas preponderantes en la ciudad. La necesidad de un enfoque dual y diferenciado de las políticas, desarrollar programas progresivos que favorezcan a la sociedad, las políticas y normativas están creadas pero muchas veces los comerciantes hacen caso omiso a éstas, porque creen que los servicios públicos dado por el estado peruano deben ser sin restricciones.

Lo que hizo este estudio es un diagnóstico general del mercado municipal enfatizando en el pabellón de planta física donde se obtuvieron los siguientes datos:

Los 69 puestos de venta están distribuidos por productos cárnicos, de los cuales el 1,4 % no accedió a responder la encuesta. Y el 98,6 % si accedieron a la respectiva encuesta. Del 93.9%: El 21, 7 % corresponde al Sector de Venta de Carnes de Cerdos, el 15, 9 % corresponde al Sector de Venta de Carne de Res, el 8, 7 % corresponde al Sector de vísceras y Menudencia de Res, el 10, 1 % corresponde al Sector de Carne Ahumada, el 33.3% corresponde al Sector de Carne de Pollo Eviscerado, el 8, 7 % corresponde al Sector de Pescado, el 1, 4 % corresponde al Sector de Carne de Cabrito y Carnero.

En el ámbito nacional Carrasco M. (2013) en su tesis *“Conocimientos y buenas prácticas de manufactura en personas dedicadas a la elaboración y expendio de alimentos preparados, en el distrito de Los Olivos, Lima-Perú”* concluyó que los cursos de capacitación para manipuladores de alimentos permiten alcanzar y mantener un buen nivel de conocimientos sobre las buenas prácticas de manipulación; esto es lo que se ha buscado con la aplicación del programa de mercados saludables en los comerciantes del mercado municipal, llegando así al objetivo del presente estudio, los comerciantes adquirieron conocimientos necesarios para el correcto desempeño de sus labores, asistieron activamente a las capacitaciones, cumplieron cada uno de los manuales de buenas prácticas y al mismo tiempo incentivaron al resto de su compañeros a insertarse en la formalidad, en la competitividad, en mejorar la rentabilidad de sus ventas por ellos las capacitaciones de fortalecimientos de capacidades fueron más prácticas que teóricas, aprender haciendo fue la estrategia que se empleó y los resultados fueron más que satisfactorios.

Contar con un sistema de supervisión y seguimiento que realmente garanticen su aplicación permanente queda como tarea de la Municipalidad Provincial de

San Martín, que la aplicación del programa se expanda a todos los comerciantes del mercado, sea cual sea su rubro es importante aplicarlo.

Las condiciones mostradas por el mercado municipal N° 03 no fueron nada alentadoras porque se encontró un local precario, un local antiguo a cual le urge una reconstrucción y ya no una remodelación porque las conexiones de agua que es de vital importancia en un centro de abasto no se encuentran bien hechas además del servicio de agua potable no es contante y los productos que se expenden en el pabellón planta física se necesita de agua potable para su manejo evitando así la contaminación cruzada que pueda haber entre productos cárnicos.

Así lo planteó Barco C. (2001) en su tesis *“Aplicación del sistema de análisis de riesgos y control de puntos críticos (HACCP) sobre la evaluación higiénico sanitaria de cuatro centros de abasto de Lima Metropolitana”* aduciendo que La detección de altos valores de microorganismos contaminantes en los alimentos preparados obedece tanto a prácticas inadecuadas en la preparación (contaminación cruzada, limitado acceso al agua segura, preparación de alimentos con demasiada antelación) así como a los hábitos alimenticios de los consumidores (consumo de alimentos crudos o semicocidos).

Una incorrecta aplicación de buenas prácticas de manejo hace que los productos al ser consumidos sean alterados y produzcan reacciones en el organismo de las personas y la aparición de enfermedades es un peligro constante.

En este sentido se pudo determinar lo siguiente: El programa de mercados saludables surgió como un mecanismo capaz de solucionar el problema que afectaban a los mercados y centros de abastos del país. El bajo ingreso económico obtenido por los comerciantes de las ventas diarias, han despertado en las instituciones públicas tal es el caso de la Municipalidad Provincial de San Martín, Salud, Fiscalización entre otras instituciones a trabajar en conjunto para mejorar el dinamismo de estos locales. Al hacer un diagnóstico del mercado N° 03 se pudo realizar un plan de acción capaz de contrarrestar las deficiencias

encontradas, capacitar a los comerciantes de manera práctica con un lenguaje acorde a su entendimiento se pudo lograr el efecto de satisfacción del programa en ellos, satisfacción que se observó en la nueva imagen de los comerciantes tanto en el aspecto personal, aspecto de sus puestos de ventas y la calidad en el servicio hacia sus clientes.

Y una vez más quedó demostrado que no es necesario utilizar grandes presupuestos económicos para notar grandes cambios.

V. CONCLUSIONES

- 5.1 El Programa de Mercados Saludables promovido por el Estado peruano ha generado en los comerciantes del mercado municipal N° 03 Barrio Huayco Tarapoto el efecto de satisfacción resultado obtenido con la aplicación de la T-de students, a través de la correcta aplicación de los procesos de manipulación, limpieza, desinfección, control de plagas, recolección de residuos y conservación (parte del manual de buenas prácticas incluido en el programa) surgirán estrategias para la obtención de mejores ganancias en las ventas que se efectúen durante el día.
- 5.2 Los comerciantes antes de la aplicación del Programa de Mercados Saludables el 71 % de ellos se encontraron insatisfechos porque no encontraba en el programa beneficio alguno mientras que el 29 % de ellos lo consideraron aceptable, además del tiempo que perderían al asistir a los talleres de capacitación, si a esto le sumamos la mala percepción que ellos tenían de sus clientes, sentían que era innecesaria su aplicación.
- 5.3 Los comerciantes después de la aplicación del Programa de Mercados Saludables el 83% de ellos se encuentran satisfechos porque se dieron cuenta que, al adaptarse a la normativa actual, le traerá beneficios a largo plazo. Aplicar uno a uno de los procesos mencionados en el programa de manera correcta no sólo mejora la apariencia del comerciante, ni al de su puesto de venta, sino que también genera más confianza entre los clientes que acuden día a día al mercado N° 03 para la realización de sus compras. Mientras que un 17 % lo considera aceptable.

VI. RECOMENDACIONES

- 6.1. Seguir generando en los comerciantes del mercado N° 03 acogerse a la aplicación del Programa de Mercados Saludables, para afianzar los procedimientos de compra y venta de productos de primera necesidad, no sólo ser aplicable para el pabellón de planta física sino para todo aquel comerciante que manipule alimentos, bebidas, y productos de consumo directo, labor que debe continuar realizando la Municipalidad Provincial de San Martín.

- 6.2. Continuar con la aplicación del Programa Mercados Saludables en los demás comerciantes del Mercado municipal N° 03 por parte del personal de la Municipalidad Provincial de San Martín generando así el efecto multiplicador, a través de las charlas informativas, talleres educativos y demás mecanismos prácticos que ayuden a crear expectativa antes de la aplicación del programa y sientan que estos procesos son vitales para mejorar la rentabilidad de sus ventas diarias.

- 6.3. Fortalecer las capacidades de los comerciantes que se adaptaron a los lineamientos del Programa de Mercados Saludables, a través de talleres didácticos, charlas informativas, pasantías y la aplicación de nuevos instrumentos que ayuden a su rápido entendimiento, además de continuar con las inspecciones de control y seguimiento para crear un hábito de buenas prácticas higiénico sanitarias entre los comerciantes, a través de la Unidad de Administración de Servicios y Comercio de la Municipalidad Provincial de San Martín.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Akerlof, G. (1970) *The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism*. USA: Quaterly Journal of Economics.
- Carmona A. (1998) *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*. (Volumen 4)
- Castells X. (2012) *Tratamiento y valorización Energética de Residuos*. Madrid. España
- Hernández, R. (2006) *Metodología de la investigación*, México.
- Hernández, P. (2006) *El usuario de la información*. México: Servicios bibliotecarios. México - Facultad de Filosofía y Letras; Dirección General de Asuntos del Personal Académico.
- Hernández, P.(2011) *La importancia de la satisfacción del usuario*. México.
- INDECOPI (1998) *Políticas de Competencia y el Proceso de Reformas Económica en América Latina*. Perú: INDECOPI
- Juárez, R.(2014) *Diseño de Investigación en ciencias sociales*. Perú.
- Lancaster, F.W. (1995) *The evaluation of library services : a concise review of the existing literature*. México: Investigación Bibliotecológica: archivonomía, bibliotecología e información
- Ministerio de Salud (2004) *Reglamento sanitario de funcionamiento de mercados de abastos*. Perú: MINSA
- Municipalidad Metropolitana de Lima (2013) *Guía para la competitividad de mercados de abastos*. Perú: Municipalidad Metropolitana de Lima.
- Nejati M. (2008) *Service quality at University of Tehran Central Library*. USA: Library Management, 29

- Organización mundial de la Salud (2006): "Una guía para mercados de alimentos saludables", Suiza.
- Oberhofer, C.A. (1981) *Disponibilidad de documentos: Un modelo de avaliação da satisfação da demanda em bibliotecas universitarias*. Brasil: Ciencia da Informaçao
- Parasuraman, A.; Zeithalm, V.A.; y Berry, L.L. (1988) *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality*. USA: Journal of Retailing
- Rendón, M. A. (1996) *Un análisis filosófico de la bibliotecología*. México
- Shi, X; Holahan, P.J.; Jiurkat, M.P. (2004) *Satisfaction formation processes in library users : understanding multisource effects*. USA: The Journal of Academic Librarianship
- Vogt, H. (2004) *El usuario es lo primero: la satisfacción del usuario como prioridad en la gestión*. España: Fundación Bertelsmann.
- White, T. (1978) *Un marco para la evaluación de los procesos bibliotecarios*. México: Ciencia bibliotecaria
- Zamudio, M.P; Cardoso, M.I.; Santos, W.de C. (2005) *El uso de SERVQUAL en la verificación de la calidad de los servicios de unidades de información: el caso de la biblioteca del IPEN*. México: Revista Interamericana de Bibliotecología,

ANEXOS

Anexo N° 01: Matriz de consistencia

Efecto del programa mercados saludables y satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016"

Formulación del problema general	Hipótesis	Objetivo	Aspectos teóricos								
<p>Problema General ¿Cuál es el efecto del programa mercados saludables y satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016?</p> <p>Problemas Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Cuál es el nivel de satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016 con la ejecución del programa mercados saludables? - ¿Cuál es el nivel de satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 02, Tarapoto 2016 sin la ejecución del programa mercados saludables? 	<p>Hipótesis general Hi: El programa mercados saludables tiene efecto en la satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016.</p> <p>Hipótesis específicas H1i: El nivel de satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016 antes de la ejecución del programa mercados saludables, es bajo H2i: El nivel de satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016 después de la ejecución del programa mercados saludables, es alto</p>	<p>General Precisar el efecto del programa mercados saludables y satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016</p> <p>Específico Identificar el nivel de satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016 antes de la ejecución del programa mercados saludables Identificar el nivel de satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016 después de la ejecución del programa mercados saludables</p>	<p>V1: Programa Nacional de Mercados Saludables: DIGESA (2004), El programa de Mercados saludables viene siendo desarrollado por DIGESA cuyo objetivo mejorar las condiciones higiénico-sanitarias de los establecimientos donde se comercializan alimentos, por ende, contribuye a la reducción del riesgo de contaminación y protección de la salud de la población.</p> <p>V2.: Satisfacción de los comerciantes: HERNANDEZ, P.(2011) Aduce que significa complacer un deseo, y por derivación satisfacción se comprende como la acción de satisfacer una necesidad o un deseo, en ese sentido de estos dos términos determina que nuestra esencia es complacer nuestras propias necesidades.</p>								
Diseño de investigación	Variables de estudio		Población y muestra	Instrumentos de recolección de datos							
<p align="center">$O_1 \rightarrow X \rightarrow O_2$</p> <p>Es pre-experimental</p> <p>X: Programa Nacional de Mercados Saludables</p> <p>O₁: Comerciantes antes de la aplicación del programa</p> <p>O₂: Comerciantes después de la aplicación del programa.</p>	<table border="1" data-bbox="467 1325 943 1625"> <thead> <tr> <th data-bbox="475 1331 646 1400">Variable Dependiente</th> <th data-bbox="646 1331 935 1400">Dimensiones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="475 1400 646 1625" rowspan="4">Satisfacción de los comerciantes</td> <td data-bbox="646 1400 935 1453">▪ Valoración del programa</td> </tr> <tr> <td data-bbox="646 1453 935 1505">▪ Aplicación del programa</td> </tr> <tr> <td data-bbox="646 1505 935 1558">▪ Evaluación del programa</td> </tr> <tr> <td data-bbox="646 1558 935 1625">▪ Control de la aplicación del programa</td> </tr> </tbody> </table>		Variable Dependiente	Dimensiones	Satisfacción de los comerciantes	▪ Valoración del programa	▪ Aplicación del programa	▪ Evaluación del programa	▪ Control de la aplicación del programa	<p>La población total de la investigación está conformada por 114 comerciantes del Pabellón Planta Física del Mercado Municipal N° 03, cantidad extraída del padrón de arrendatarios de la Municipalidad Provincial de San Martín a Diciembre del 2016.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Observación directa - Acta de inspección
Variable Dependiente	Dimensiones										
Satisfacción de los comerciantes	▪ Valoración del programa										
	▪ Aplicación del programa										
	▪ Evaluación del programa										
	▪ Control de la aplicación del programa										

Anexo N° 02: Instrumentos de recolección de datos

Programa mercados saludables

Acta de Diagnóstico

Mercado N° Puesto de Venta N° : Pabellón :Fila :

Arrendatario
.....

:

Hora y Fecha :

Atiende la Inspección:

A continuación, se realizará una encuesta la cual nos ayudará a recolectar información del estado en el que se encuentra el Mercado, para un análisis de investigación.

1.- INFRAESTRUCTURA E INSTALACION

Concepto	SI	NO	Observaciones
Área de Trabajo Limpia			
Material de la Infraestructura del Puesto			
Disposición de Agua			
Frecuencia de Limpieza			
Frecuencia de Desinfección			
Dispone de Sistema de Agua			
Dispone de Sistema de Desagüe			

2.- HERRAMIENTAS

Concepto	SI	NO	Observaciones
Utensilios en buen estado e higiene			
Cuenta con Tabla de Picar			

Cuenta con un sistema de Empaque			
Cuenta con algún material de Corte de carne			
Utiliza gancho de Acero Inoxidable			
Utiliza Tuco			
Desinfecta Utensilios, Paños y Equipos			

3.- COMERCIANTE

Concepto	SI	NO	Observaciones
Dispone de Indumentaria			
Mantiene una buena Salud actualmente			
Lleva a sus Hijos a su Local de Trabajo			
Lleva a sus mascotas a su Local de Trabajo			
Utiliza Mandil			
Utiliza Gorro, cabello recogido			
Utiliza Accesorios (collar, aretes, pulseras)			
Comportamiento Adecuado			

4.- PRODUCTO

Concepto	SI	NO	Observaciones
Tipo de Manipulación de Alimento			
Transporte de Alimentos			
Recepción de Alimentos			
Almacenamiento de Alimentos en Frio			
Dispone de Anuncio de Precios y Procedencia Autorizada del Producto			

Dispone de una buena Presentación del Producto – Estado del Producto			
Realiza Buenas Practicas de Manejo			

5.- RECOLECCION DE RESIDUOS

Concepto	SI	NO	Observaciones
Realiza una recolección de Residuos			
Cuenta con un Dispensador cercano			
Usa bolsa de color blanco			
Al terminar la faena, realiza una limpieza			

6. CALIDAD DEL PROGRAMA

SATISFECHO 4

ACEPTABLE 2-3

INSATISFECHO 1

Concepto	Antes de la aplicación			Después de la aplicación		
	SATISFECHO	ACEPTABLE	INSATISFECHO	SATISFECHO	ACEPTABLE	INSATISFECHO
¿Cómo valora la aplicación del programa de “Mercados Saludables” en el Mercado N° 03?						
¿La aplicación del programa “Mercados Saludables” trajo algún tipo de satisfacción económica en el incremento de sus ventas?						

¿Cómo se encuentra con la evaluación temporal de la aplicación de las BP promovida en el programa “Mercados Saludables”						
Con el control y seguimiento que hace la MPSM respecto al programa, ¿Usted se encuentra?						

Firma :

Nombre y Apellidos :

DNI :

Anexo N° 03: Fichas de validación por el juicio de expertos

DATOS INFORMATIVOS:

Apellidos y Nombres del Experto	Institución donde labora	Grado	Autor(es) del Instrumento
Flores Ramírez, Rony	Universidad Nacional de San Martín Universidad Alas Peruanas	Mg. En Gestión Pública	Renato Vergara Ruiz
TITULO: "Efecto del programa mercados saludables y satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016"			

INSTRUCCIONES: Leer cada uno de los indicadores correspondientes a los criterios que estructura la validación de los instrumentos de tesis, valóralos con Honestidad y Humildad según la evaluación. Así mismo su observación.

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE(1) DEFICIENTE(2) ACEPTABLE (3) BUENA(4) EXCELENTE(5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado			✓		
OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables				x	
ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología				x	
ORGANIZACIÓN	Existe una organización Lógica					x
SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad			x		
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias				x	
CONSISTENCIA	Basado en los aspectos teóricos científicos				x	
COHERENCIA	Entre los índice, indicadores y las dimensiones					x
METODOLOGIA	Las estrategias responde al propósito del diagnostico				x	
OPORTUNIDAD	El instrumento ha sido aplicado en el momento oportuno o más adecuado					x

OPINION DE APLICACIÓN

PROMEDIO DE EVALUACIÓN:

Tarapoto; 30 de Abril del 2017.

4.3



Mg. Rony Flores Romíz
010 - 002
C.R.S.M.

DATOS INFORMATIVOS:

Apellidos y Nombres del Experto	Institución donde labora	Grado	Autor(es) del Instrumento
Trigozo Paredes, Mauro	Municipalidad Provincial de San Martín I.S.T. Amazónico Universidad César Vallejo	Mg. En Educación	Renato Vergara Ruiz
TITULO: "Efecto del programa mercados saludables y satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016"			

INSTRUCCIONES: Leer cada uno de los indicadores correspondientes a los criterios que estructura la validación de los instrumentos de tesis, valóralos con Honestidad y Humildad según la evaluación. Así mismo su observación.

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE(1) DEFICIENTE(2) ACEPTABLE (3) BUENA(4) EXCELENTE(5)

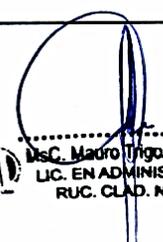
CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables				X	
ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					X
ORGANIZACIÓN	Existe una organización Lógica				X	
SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					X
CONSISTENCIA	Basado en los aspectos teóricos científicos				X	
COHERENCIA	Entre los índice, indicadores y las dimensiones				X	
METODOLOGIA	Las estrategias responde al propósito del diagnostico				X	
OPORTUNIDAD	El instrumento ha sido aplicado en el momento oportuno o más adecuado					X

OPINION DE APLICACIÓN

PROMEDIO DE EVALUACIÓN:

Tarapoto; 30 de Abril del 2017.

4.4


 MSc. Mauro Trigozo Paredes
 LIC. EN ADMINISTRACIÓN
 RUC. CLAD. N° 07129

DATOS INFORMATIVOS:

Apellidos y Nombres del Experto	Institución donde labora	Grado	Autor(es) del Instrumento
Juarez Díaz, Juan Rafael	UNSM-T UCV CREBE	Dr. En Administración Dr. En Ciencias de la Educación	Renato Vergara Ruiz
TITULO: "Efecto del programa mercados saludables y satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016"			

INSTRUCCIONES: Leer cada uno de los indicadores correspondientes a los criterios que estructura la validación de los instrumentos de tesis, valóralos con Honestidad y Humildad según la evaluación. Así mismo su observación.

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE(1) DEFICIENTE(2) ACEPTABLE (3) BUENA(4) EXCELENTE(5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables				X	
ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					X
ORGANIZACIÓN	Existe una organización Lógica					X
SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					X
CONSISTENCIA	Basado en los aspectos teóricos científicos				X	
COHERENCIA	Entre los índice, indicadores y las dimensiones					X
METODOLOGIA	Las estrategias responde al propósito del diagnostico				X	
OPORTUNIDAD	El instrumento ha sido aplicado en el momento oportuno o más adecuado				X	

Cobertura y organización para su aplicación

OPINION DE APLICACIÓN

PROMEDIO DE EVALUACIÓN:

Tarapoto; 30 de abril del 2017.

4.5


Dr. Juan Rafael Juarez Diaz
DOCENTE

CUESTIONARIO: Satisfacción en los comerciantes

DATOS INFORMATIVOS:

Apellidos y Nombres del Experto	Institución donde labora	Grado	Autor(es) del Instrumento
Flores Ramírez, Rony	Universidad Nacional de San Martín Universidad Alas Peruanas	Mg. En Gestión Pública	Renato Vergara Ruiz
TITULO: "Efecto del programa mercados saludables y satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016"			

INSTRUCCIONES: Leer cada uno de los indicadores correspondientes a los criterios que estructura la validación de los instrumentos de tesis, valóralos con Honestidad y Humildad según la evaluación. Así mismo su observación.

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE(1) DEFICIENTE(2) ACEPTABLE (3) BUENA(4) EXCELENTE(5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables				X	
ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					X
ORGANIZACIÓN	Existe una organización Lógica				X	
SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias				X	
CONSISTENCIA	Basado en los aspectos teóricos científicos					X
COHERENCIA	Entre los índice, indicadores y las dimensiones				X	
METODOLOGIA	Las estrategias responde al propósito del diagnostico					X
OPORTUNIDAD	El instrumento ha sido aplicado en el momento oportuno o más adecuado					X

OPINION DE APLICACIÓN

PROMEDIO DE EVALUACIÓN:

Tarapoto; 30 de Abril del 2017.

4.4



Mg. Rony Flores Román
010 - 002
C.R.S.M.

CUESTIONARIO: Satisfacción en los comerciantes

DATOS INFORMATIVOS:

Apellidos y Nombres del Experto	Institución donde labora	Grado	Autor(es) del Instrumento
Trigozo Paredes, Mauro	Municipalidad Provincial de San Martín I.S.T. Amazónico Universidad César Vallejo	Mg. En Educación	Renato Vergara Ruiz
TITULO: "Efecto del programa mercados saludables y satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016"			

INSTRUCCIONES: Leer cada uno de los indicadores correspondientes a los criterios que estructura la validación de los instrumentos de tesis, valóralos con Honestidad y Humildad según la evaluación. Así mismo su observación.

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE(1) DEFICIENTE(2) ACEPTABLE (3) BUENA(4) EXCELENTE(5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables				X	
ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología				X	
ORGANIZACIÓN	Existe una organización Lógica				X	
SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias				X	
CONSISTENCIA	Basado en los aspectos teóricos científicos			X		
COHERENCIA	Entre los índice, indicadores y las dimensiones				X	
METODOLOGIA	Las estrategias responde al propósito del diagnostico				X	
OPORTUNIDAD	El instrumento ha sido aplicado en el momento oportuno o más adecuado				X	

OPINION DE APLICACIÓN

PROMEDIO DE EVALUACIÓN:

Tarapoto; 30 de Abril del 2017

4.1


 Dr. C. Mauro Trigozo Paredes
 U.C. EN ADMINISTRACIÓN
 RUC. CLAD. N° 07129

CUESTIONARIO: Satisfacción en los comerciantes

DATOS INFORMATIVOS:

Apellidos y Nombres del Experto	Institución donde labora	Grado	Autor(es) del Instrumento
Juarez Díaz, Juan Rafael	UNSM - T UCV CREBE	Dr. En Administración Dr. En Ciencias de la Educación	Renato Vergara Ruiz
TITULO: "Efecto del programa mercados saludables y satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016"			

INSTRUCCIONES: Leer cada uno de los indicadores correspondientes a los criterios que estructura la validación de los instrumentos de tesis, valóralos con Honestidad y Humildad según la evaluación. Así mismo su observación.

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE(1) DEFICIENTE(2) ACEPTABLE (3) BUENA(4) EXCELENTE(5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					X
OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables				X	
ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					X
ORGANIZACIÓN	Existe una organización Lógica					X
SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					X
CONSISTENCIA	Basado en los aspectos teóricos científicos					X
COHERENCIA	Entre los índice, indicadores y las dimensiones					X
METODOLOGIA	Las estrategias responde al propósito del diagnostico					X
OPORTUNIDAD	El instrumento ha sido aplicado en el momento oportuno o más adecuado					X

OPINION DE APLICACIÓN

PROMEDIO DE EVALUACIÓN:

Tarapoto; 30 de Abril del 2017

4.8


Dr. Juan Rafael Juarez Díaz
DOCENTE

Anexo N° 04: Autorización para aplicar instrumentos



**MUNICIPALIDAD PROVINCIAL
DE SAN MARTÍN**

LA SUB GERENTE DE DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL Y TURISMO, DE LA
MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN MARTÍN, QUE SUSCRIBE; HACE:

CONSTAR,

Que, el Bach. RENATO VERGARA RUIZ, ha realizado el estudio de investigación con el tema
"Efecto del Programa De Mercados Saludables y Satisfacción en los Comerciantes del
Mercado N° 03, Tarapoto 2016"

Se expide la presente a petición de la parte interesada, para los fines que
estime conveniente.

Tarapoto, 04 de Agosto del 2017..

Atentamente;



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN MARTÍN
SUB GERENCIA DE DESARROLLO ECONÓMICO
LOCAL Y TURISMO

.....
Bлга. JEANINE CORDOVA RISCO
SUB GERENTE



Anexo N° 05: Análisis de confiabilidad de Alfa de Cronbach

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,690	08

Alfa de Cronbach

ANTES DE LA APLICACIÓN P.M.S.

¿Cómo valora la aplicación del programa de “Mercados Saludables” en el Mercado N° 03?	,660
¿La aplicación del programa “Mercados Saludables” trajo algún tipo de satisfacción económica en el incremento de sus ventas?	,634
¿Cómo se encuentra con la evaluación temporal de la aplicación de las BP promovida en el programa “Mercados Saludables”?	,677
Con el control y seguimiento que hace la MPSM respecto al programa, ¿Usted se encuentra?	,670

DESPUÉS DE LA APLICACIÓN P.M.S.

¿Cómo valora la aplicación del programa de “Mercados Saludables” en el Mercado N° 03?	,684
¿La aplicación del programa “Mercados Saludables” trajo algún tipo de satisfacción económica en el incremento de sus ventas?	,633
¿Cómo se encuentra con la evaluación temporal de la aplicación de las BP promovida en el programa “Mercados Saludables”?	,625
Con el control y seguimiento que hace la MPSM respecto al programa, ¿Usted se encuentra?	,648

Fuente: Análisis de fiabilidad de Cronbach - SPSS 2017

Anexo N° 06: Informe de originalidad

Efecto del programa mercados saludables y satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016

INFORME DE ORIGINALIDAD

22%

INDICE DE SIMILITUD

21%

FUENTES DE

INTERNET

1%

PUBLICACIONES

10%

TRABAJOS DEL

ESTUDIANTE

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

2%

★ de.slideshare.net

Fuente de Internet

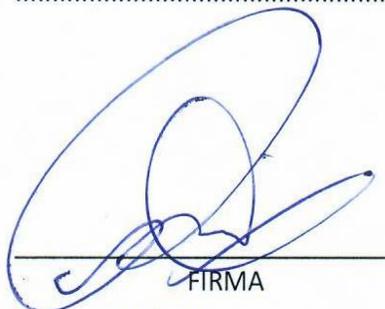
Anexo N° 07: Autorización para publicar tesis en repositorio UCV

Autorización de Publicación de Tesis en Repositorio Institucional UCV

Yo Renato Vergara Ruiz....., identificado con DNI ()
OTRO () N°: 72191123....., egresado de la Escuela de POSGRADO de la Universidad
César Vallejo, autorizo la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado
"Efecto del Programa mercados saludables y satisfacción en los
comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016"
..... en el Repositorio
Institucional de la UCV (<http://dspace.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo
822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Observaciones:

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


FIRMA

DNI: 72191123.....

FECHA: 15/12/2017.....

Acta de Aprobación de Originalidad de Tesis

El Docente Metodólogo de Investigación, Dr. **Juan Rafael Juárez Díaz**, ha revisado la tesis del estudiante **Br. Renato Vergara Ruiz**, titulada: "Efecto del programa mercados saludables y satisfacción en los comerciantes del Mercado N° 03, Tarapoto 2016", constato que la misma tiene un índice de similitud de 22%.
Verificable en el reporte de originalidad del programa **TURNTIN**.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la universidad César Vallejo.

Tarapoto, 13 de noviembre de 2017.



Dr. Juan Rafael Juárez Díaz
DOCENTE
Docente Metodólogo
DNI: 00632534