

**INVESTIGACIÓN DE LOS VALORES Y CREENCIAS DE LOS DUEÑOS
DE LOS RESTAURANTES DE LA CIUDAD DE MANIZALES PARA LA
COMPRA DE FRUTAS Y VERDURAS PRE LISTAS**

**Liliana Ruiz González
Lina Constanza Aristizábal Cardona**

**Universidad de Manizales
Facultad de Mercadeo Nacional e Internacional
Especialización Gerencia de Mercadeo y Ventas
VII Cohorte
Manizales - Colombia
2009**



GUILLERMO ORLANDO SIERRA SIERRA
Rector

ANA GLORIA RIOS
Vicerrector Académico

JORGE IVÁN JURADO
Vicerrector Administrativo

CÉSAR BOTERO
Secretario General

OLGA LUCIA GARCIA
Coordinadora General Especialización
Gerencia de Mercadeo y Ventas

JOSÉ FERNANDO BARAHONA VINASCO
Decano Facultad de Mercadeo
Nacional e Internacional

Prohibida la reproducción total o parcial
Sin la autorización de los autores

LILIANA RUIZ GONZALEZ

Analista de Mercadeo segmento Empresas UNE EPM Telecomunicaciones.
Profesional en Publicidad de la Universidad Católica de Manizales.
Especialista en Gerencia de Mercadeo y Ventas de la Universidad de Manizales.

LINA CONSTANZA ARISTIZÁBAL CARDONA

Ejecutiva de Servicio para clientes Empresariales UNE EPM Telecomunicaciones. Profesional en Economía de la Universidad de Manizales. Especialista en Gerencia de Mercadeo y Ventas de la Universidad de Manizales.

Especialmente a César, Sergio y Sofía
Y toda mi familia incondicional
Liliana

A Ferry y Samy, y toda mi familia
Sin ustedes no hubiese sido posible
Lina

A nosotras (Liliana y Lina)
Porque tuvo sentido tanto traspaso y sacrificio

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	7
ANTECEDENTES.....	9
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
JUSTIFICACIÓN.....	15
OBJETIVOS.....	16
ALCANCES Y LIMITACIONES.....	17
MARCO TEORÍCO.....	18
ESTRATEGIA METODOLÓGICA.....	37
DESARROLLO DEL TRABAJO.....	43
CONCLUSIONES.....	48
BIBLIOGRAFÍA.....	49
ANEXOS	
Anexo No 1.....	50
Anexo No 2.....	52
Anexo No 3.....	63
Anexo No 4.....	65
Anexo No 5.....	66
Anexo No 6.....	77
Anexo No 7.....	79

Anexo No 8.....	80
Anexo No 9.....	82

1. INTRODUCCIÓN

Analizando los diferentes aspectos que determinan el comportamiento de compra de frutas y verduras pre listas, encontramos que aunque nos movemos en un mundo globalizado y lleno de oportunidades, a la hora de realizar estas compras los lugares tradicionales llevan la delantera.

Los dueños de los restaurantes de la Ciudad de Manizales buscan en estos productos economía, frescura y calidad.

De igual forma el acceso que se tiene a la adquisición de estas frutas y verduras de ensamble es mínimo, como dice una de las personas que entrevistamos "No existe un proveedor de estos productos", por tal razón la Galería adquiere su importancia y preferencia.

En este trabajo de investigación quisimos identificar los valores y las creencias que tienen los dueños de los restaurantes de la ciudad de Manizales, frente a la compra de frutas y verduras pre listas, para plantear la posibilidad del montaje de una empresa que posea estas características.

Realizamos una investigación relativista, aplicando las técnicas básicas de la investigación cualitativa a través de entrevistas en profundidad y observación y análisis de fuentes primarias y secundarias, para de esta forma determinar dichos valores y creencias.

Esta investigación tiene el siguiente contenido:

- ✓ Antecedentes y Planteamiento del Problema donde se revisan y analizan todas las circunstancias que dieron origen a la investigación.
- ✓ En la Justificación se encuentran las razones de interés y utilidad de la investigación realizada.
- ✓ Después seguimos con los objetivos que resuelven la gran pregunta de investigación
- ✓ La metodología de investigación describe con rigurosidad como se realizó la recolección de la información y su análisis.
- ✓ El marco teórico sustenta y soporta la investigación.
- ✓ Por último se consolida la razón de ser de la investigación, a través de las conclusiones y el desarrollo del trabajo, los cuales fueron obtenidos de la información detallada de las entrevistas realizadas a los 6 dueños de los restaurantes de la ciudad de Manizales.

Finalmente queremos que este trabajo investigativo, sirva de base para muchas otras investigaciones y que la labor realizada como investigadoras traiga sus frutos y permita realizar aportes a este sector de ensamble que necesita un gran apoyo y confianza para su desarrollo.

Liliana Ruiz González

Lina Constanza Aristizábal Cardona

2. ANTECEDENTES

Teniendo en cuenta el mundo cambiante en el que nos desenvolvemos, donde los productos listos y pre listos cobran mayor importancia a la hora de realizar una compra determinada e identificando que en la ciudad este mercado aún se encuentra por explotar y potencializar, fue relevante analizar los valores y las creencias que tienen los dueños de los restaurantes de Manizales, ubicados en la zona rosa, para adquirir estas frutas y verduras pre listas.

2.1 Manejo de las frutas y verduras en los restaurantes

Dentro del mercado de pre listos o de ensamble, nos encontramos algunas investigaciones y estudios nacionales frente al manejo que le dan hoy los dueños de los restaurantes a las frutas y verduras para la preparación de los platos en los que pudimos identificar las siguientes investigaciones representativas:

- ✓ Según el estudio Food Trends International realizado por Ipsos-Napoleón Franco, en una semana típica, 9 de cada 10 colombianos cenan en su casa (90%). Le siguen los restaurantes de servicio a la mesa (18%) y los de comida rápida (14%). Por nivel socioeconómico, el estrato 6 es el único que presenta diferencias sustanciales con la media, pues un 31% cenó fuera al menos una vez en los últimos 7 días (casi el doble).

Tomado de www.revistaalimentos.com.co / IAlimentos / Edición 9.

- ✓ De acuerdo a la revista *CATERING* · AÑO 3 · N° 7, en los productos pre listos se requiere de una mínima intervención del personal: no hay que mezclar, adicionar, lavar, pelar, etc. Su único requerimiento es una breve inversión en tiempo (de 3 a 25 minutos máximo, por encima de este lapso ya no se considera pre listo o preparado) para calentar y, en otros casos, terminar de freír o cocer para, finalmente, servir. De igual forma en el proceso de pelar, lavar, cortar y demás se pierde hasta un 60% del alimento. Utilizando productos pre listos y congelados, la pérdida en insumos es del 0% y las ganancias se hacen evidentes.

En la Revista *Catering* · Año 2 · N.º 3 nos encontramos un interesante artículo titulado "Cocina de ensamble", en el que se destacan los siguientes comentarios:

La cocina de ensamble es el resultado de la evolución de los procesos, cada vez más necesaria en el sector de alimentos.

La necesidad de que los prestadores de este servicio sean especializados se debe a que hay requerimientos muy concretos, especialmente, en el tema de cortes y tamaños. Cada negocio es un mundo diferente y como tal necesita productos hechos a la medida de su carta, de su público y de su estatus.

2.2 Razones para que los restaurantes no ofrezcan platos altamente elaborados

Luego de comprobar su efectividad, este concepto fue adoptado por los estadounidenses. Y aunque tanto en Europa como en Norteamérica ya es una realidad, en Colombia sólo se ha implementado en algunas cadenas de comidas rápidas, pero aún hay mucho camino por recorrer en lo que se refiere a los negocios que ofrecen platos altamente elaborados. Las razones son varias:

- ✓ La mano de obra no es tan costosa como en otros países.
- ✓ Las cocinas no cuentan con la infraestructura adecuada.
- ✓ Los propietarios de los negocios han sido tímidos a la hora de invertir en equipos especializados para este fin.
- ✓ La oferta de proveedores que brinden este servicio es mínima.
- ✓ En algunos casos, los métodos de manipulación de alimentos no están tecnificados (desinfección, cadena de frío, empaque, etc.), lo que pone en riesgo al establecimiento y a los comensales.
- ✓ Se tiene la creencia de que el producto perderá su calidad inicial.

2.3. Comportamiento y crecimiento del mercado

Conociendo que un restaurante en Colombia tiene un promedio de 4 personas en la cocina (Dato obtenido en observación realizada por Mauricio Riveros Pataquiva en varios restaurantes de la ciudad de Bogotá durante el año 2008), este

varía de acuerdo con el tamaño del restaurante. De las 4 personas destina 1 sola para picar todas las frutas y verduras que requiere para la preparación de los alimentos del menú. Lo anterior nos permite considerar que para el dueño del restaurante es un ahorro ya que necesita 1 persona menos debido a que le entregaremos sus frutas y verduras en las cantidades que requiere y con la frecuencia que necesita, sólo abre y combina con la formulación de sus recetas para tener los diferentes platos de su restaurante.

Después de revisar y analizar la información suministrada por Mauricio Riveros Pataquiva quien ha sido una fuente fundamental para la elaboración de éste proyecto, debido a su gran experiencia en el campo de frutas y verduras pre listas, por desenvolverse como Gerente Comercial de una empresa de éstas ubicada en Corabastos en la ciudad de Bogotá; las diferentes formas en que estos alimentos mejoran y potencializan las actividades diarias de los restaurantes, en las que la maximización del tiempo se traduce en eficiencia y efectividad a la hora de preparar determinados alimentos.

Por otro lado revisando el comportamiento que ha tenido este mercado en el país y el crecimiento del 200% del año 2005 al año 2006 (revista catering), se identifica claramente que es un mercado potencial que está aún por ser explorado y explotado; prueba de ellos, de acuerdo a información obtenida en la revista catering - año 3 - No 7 "Es el excelente comportamiento que muestran las compañías nacionales dedicadas a la producción de estos alimentos. Todas ellas han tenido un alto crecimiento en ventas, clientes y portafolio de

productos, lo que evidencia que cada vez son más los establecimientos gastronómicos que les dan cabida a estos insumos en sus menús. En el Caso de Hakuzai, Orbece, Ltda., empresa que produce congelados de la cocina asiática, de tres clientes en un año, pasó a tener 457. Es tal su demanda actual que, en una semana, debe sacar un promedio de 10.000 productos. De igual manera klik, S.A., compañía que produce y comercializa apanados de pollo, hamburguesas y sopas congeladas, entre otras preparaciones, tuvo que aumentar su producción en kilos en un 20%, entre 2003 y 2004."

Consideramos que este fenómeno se da principalmente por la ruptura de los paradigmas que tienen los dueños de supermercados, restaurante y tiendas para con los productos pre listos, los cuales han sido considerados como artificiales y que no conservan los nutrientes originales de los productos.

Quisimos investigar e identificar cuáles son los valores y creencias que los dueños de los restaurantes de la zona rosa de Manizales tienen frente a la compra de las frutas y verduras pre listas para la preparación de los diferentes platos de su establecimiento.

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La pregunta central de la investigación que se resolvió fue:

¿Cuáles son los valores y creencias de los dueños de los restaurantes de Manizales, en su comportamiento de compra de productos pre listos como frutas y verduras?

Para responder la pregunta anterior, tuvimos que resolver los siguientes interrogantes:

¿Cuáles son las creencias que los dueños o administradores de los restaurantes tienen para escoger el lugar en el que adquieren las verduras y frutas para preparar el menú?

¿Cuáles son los valores que marcan diferencia en cuanto a la elección del proveedor de verduras y frutas?

¿Cuáles son las creencias de los dueños o administradores de los restaurantes frente a las frutas y verduras pre listas para preparar los alimentos del menú de su restaurante?

¿Cuáles son las presentaciones y combinaciones que necesitan los restaurantes en cuanto a frutas y verduras pre listas?

4. JUSTIFICACIÓN

La investigación se realizó porque consideramos que es una excelente oportunidad para crear nuestra empresa, además pensamos que hay una gran tendencia del mercado de alimentos a tener reducción de tiempo y costos en la preparación de los mismos, lo que nos permitió pensar que tenemos buenas posibilidades para cubrir el mercado de los restaurantes de Manizales, con las verduras y frutas pre listas de acuerdo con la necesidad específica del menú de cada restaurante.

Esta investigación es novedosa porque:

- ✓ El mercado de pre listos se puede potencializar aún más y en la ciudad de Manizales no existe mucha información al respecto y una cultura hacia el consumo de estos productos.
- ✓ Investigamos y analizamos variables tan íntimas como los valores y las creencias de los dueños de los restaurantes para la compra de productos pre listos.

Consideramos que la utilidad de nuestra investigación se enmarca principalmente en tener un avance en la documentación de lo que es el sector y las perspectivas que tienen los restauranteros frente a estos productos, para que de esta forma se desarrolle en la ciudad y en la región un cluster que permita potencializar factores naturales que tenemos y nos hacen diferentes frente a otras regiones, para el cultivo y producción de frutas y verduras.

5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 Objetivo general

Identificar los valores y creencias de los dueños de los restaurantes de Manizales, en el comportamiento de compra de productos pre listos como verduras y frutas.

5.2 Objetivos específicos:

5.2.1 Definir las razones y preferencias que los dueños o administradores de los restaurantes tienen para escoger el lugar en el que adquieren las verduras y frutas para preparar el menú.

5.2.2 Identificar las creencias que tienen los dueños o administradores de los restaurantes frente a las frutas y verduras pre listas.

5.2.3 Identificar los valores de los dueños o administradores de los restaurantes frente a las frutas y verduras pre listas.

6. ALCANCES Y LIMITACIONES

6.1. Cobertura Temática

Esta investigación responde a la identificación de los valores y las creencias que tienen los dueños de los restaurantes para consumir productos pre listos dentro de los alimentos que preparan en sus establecimientos.

6.2. Cobertura temporal

Los datos que se han analizando corresponden a los años 2005, 2006, 2007 y 2008, años en los que estos productos han adquirido mayor auge en el país.

6.3. Cobertura geográfica

La investigación se realizó en la ciudad de Manizales en los restaurantes que se encuentran ubicados en el sector de la zona rosa de Manizales incluyendo el sector de Milán.

7. MARCO TEÓRICO

Consideramos conveniente revisar profundamente cuales son los valores y las creencias que determinan el comportamiento de compra de los dueños de los restaurantes de la ciudad de Manizales con respecto a los productos pre listos, por tal razón, soportaremos nuestra investigación en temas como la Cultura y diferentes conceptos específicos de la cocina de ensamble:

7.1. CULTURA

Para empezar revisaremos un poco la matriz de la cultura de Schein, la cual nos dará herramientas suficientes para entrar a analizar los valores y las creencias.

Niveles de la cultura de Schein, 1985

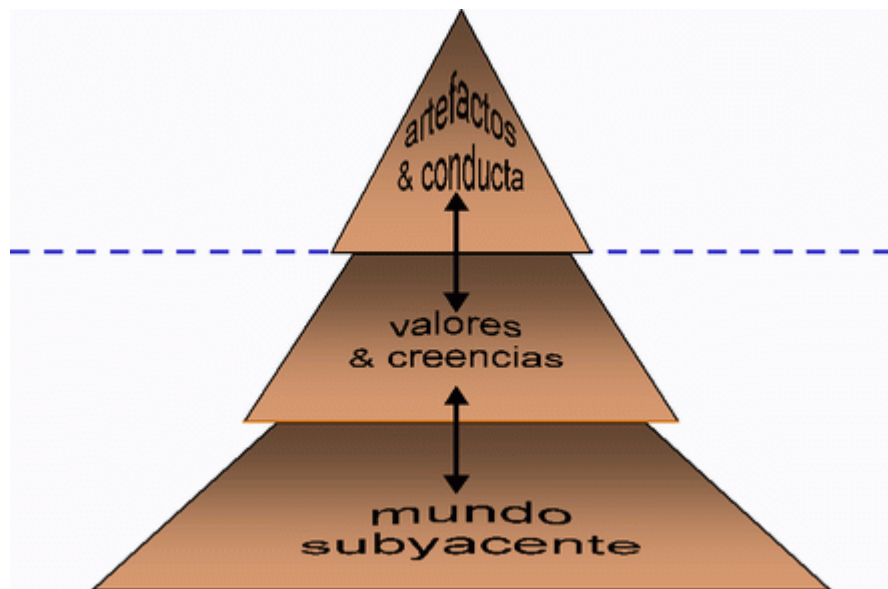


Figura 1. Niveles de la cultura (Schein, 1985)

La interrelación entre estos tres diferentes niveles, permiten comprender de forma cabal y amplia lo que significa la cultura en su constante proceso de reproducción entre los aspectos sociales y los individuales. Lo social determinando lo que se debe hacer -o se tienen que hacer-y lo individual, escogiendo un comportamiento entre la disyuntiva de continuar con lo existente o ponerse en contra. Conflicto de decisión que pone a prueba la validez antropológica de todo aquello que no se ve (valores y creencias y el mundo subyacente) enquistado en el alma de un grupo humano determinado y matizado por los parámetros colectivos de vida, en contra de todo lo que se encuentra en la punta superior del "iceberg", en lo individual, en lo que cada quien tiene como opción de conducta (Páramo y Ramírez, 2007).

Vamos a detallar un poco más los componentes principales de los niveles de cultura de Schein (1985) - de acuerdo al libro "Consumidor de tienda manizaleña" Una mirada cultural. Págs. 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95 y 96.

- ✓ Artefactos y conducta: - de acuerdo al libro "Consumidor de tienda manizaleña" Una mirada cultural. Págs. 89 y 90.-

Estando en la punta del "iceberg", éstos son todos aquellos aspectos del comportamiento humano que son fácilmente observables, como los ritos, los rituales de vida, los símbolos y los mitos, así como las cosas que asedian la existencia humana, a través de los cuales el hombre como ser cultural alcanza sus propósitos personales.

Los artefactos hacen referencia, específicamente, a todos aquellos productos que por ser símbolos de una sociedad determinada, rodean al ser humano transmitiendo cierto status a quienes los poseen, diferenciándolos frente a quienes no los desean tener.

Desde el fenómeno de consumo, los artefactos se relacionan en forma explícita con la importancia y la trascendencia social que tiene la consecución y posesión de los productos como emblemas de reconocimiento colectivo en una cultura dada.

La conducta (comportamiento) se refiere, concretamente, a las acciones llevadas a cabo por los miembros de una cultura y que la sociedad acepta o rechaza de acuerdo con los códigos aceptados y practicados entre sus miembros.

El comportamiento de consumo, como opción de vida, es una alternativa que cada individuo escoge en función de sus propias posibilidades y de acuerdo con la percepción que tenga del conjunto de premios y castigos a los que puede tener acceso. De la misma manera, los productos que adquiere cada persona están marcados por el simbolismo y el mensaje que cada quien desee enviar al grupo al que pertenece o quiere pertenecer.

- ✓ Valores y creencias: de acuerdo al libro "Consumidor de tienda manizaleña" Una mirada cultural. Págs. 93 y 94 -

Como factores explicativos tanto de la conducta humana como del proceso de adquisición de productos -bienes, servicios, ideas, emergen las creencias y los valores sembrados

culturalmente en la conciencia colectiva de sus miembros. Estos aspectos que comportan connotaciones eminentemente sociales no se encuentran a la luz pública, puesto que han sido cincelados, a través del tiempo, en el alma de determinado grupo humano, y por lo mismo ni siquiera se es consciente de su existencia, de su capacidad de influir en su carácter de regidores de comportamientos y actitudes individuales.

Creencias: Mientras las creencias son afirmaciones "de hecho", la forma en que son las cosas, las afirmaciones verbales o mentales del tipo "yo creo", los valores son considerados como el "deber ser", los ideales, creencias ampliamente aceptadas aunque no sean lógicamente consistentes. En la estructuración de estos valores y creencias, es destacable el papel que juegan las instituciones sociales, particularmente la familia, la religión y el Estado, quienes empeñados en mantener y perpetuar el "statu quo" reproducen y alimentan estas particulares formas de apreciar la vida y de actuar.

A pesar de que los valores también son creencias, éstos difieren de aquellas en que cumplen los siguientes criterios (Schiffman, 1997):

Son relativamente pocos en número.

Sirven como guía para un comportamiento cultural adecuado.

Son duraderos y difíciles de cambiar.

No están unidos a objetos o situaciones específicas.

Son muy aceptados por los miembros de una sociedad.

- ✓ El mundo subyacente: De acuerdo al libro "Consumidor de tienda manizaleña" Una mirada cultural. Pág. 95-Ubicado en lo

más profundo de la conciencia colectiva de un grupo humano, este mundo subyacente representa aquellas suposiciones que se toman como verdaderas y que por su inmaterialidad son difíciles -casi imposibles- tanto de cuestionar como de justificar. Su condición de ser inferidos desde lo más hondo de la naturaleza social y humana, convierte estos supuestos en algo casi misterioso, inmodificable y perenne. Afortunadamente para su estudio y comprensión, todos ellos se manifiestan más claramente a través de los valores y las creencias dominantes.

Otros Conceptos de Valores y Creencias:

Un valor es la convicción duradera de que una forma específica de conductas o de existencia es preferible en el plano personal y social a las formas de conducta o de existencia opuestas (Rokeach, 1973 pág.5).

Los valores representan convicciones básicas y constituyen las bases para el entendimiento de las motivaciones que influyen en nuestras percepciones (Claudia Patricia Vélez, Cámara de Comercio de Medellín, Agosto 2007)

Como queda claramente establecido en los dos conceptos de valores que citamos; estos intervienen de forma significativa en el comportamiento de compra de los individuos; son influenciadores que se encuentran arraigados en cada individuo y se transmiten de

generación en generación lo que hace complejo determinar por qué compra una persona y cual es su principal motivación.

Es en este momento donde entran a jugar un papel fundamental la clasificación de los valores culturales: Esta clasificación está determinada según Claudia Patricia Vélez por: La Visión de sí mismo, la visión de los demás, la visión de las organizaciones, la visión de la sociedad, la visión de la naturaleza y la visión del universo.

Todos estos valores confluyen e interactúan dando origen a un comportamiento, el cual varía de acuerdo con diferentes situaciones, por tal razón determinar un solo comportamiento frente a un producto determinado es una tarea casi imposible, porque ésta depende de múltiples factores cambiantes.

Con respecto a las creencias éstas son un número de afirmaciones mentales, las cuales reflejan el conocimiento o la evaluación particular de una persona en relación con alguna cosa (Claudia Patricia Vélez, Cámara de Comercio de Medellín, Agosto 2007).

Consideramos que las creencias son las que reflejan la materialización de la compra de un determinado producto; simplemente pensemos en que los seres humanos no somos racionales a la hora de comprar y cambiamos día tras día de decisiones y perspectivas.

Por tal razón pensamos que las investigaciones que se realicen de los comportamientos de compra de los consumidores, siempre aportarán algo nuevo a las teorías ya estructuradas; porque estos

comportamientos están determinados por valores, creencias, sentimientos, convicciones, las cuales no son estáticas sino que por el contrario son cambiantes y complejas; y además influenciadas por el entorno y la sociedad de consumo.

En este punto realizaremos la descripción relacionada directamente con lo que queremos investigar, para esto nos documentamos de revistas especializadas; ya que no conocemos una bibliografía específica respecto a este tema; simplemente es algo que se está implementando en el mundo moderno como resultado de las necesidades de las personas por tener productos prácticos y saludables.

7.2. PRODUCTOS PRE LISTOS Y COCINA DE ENSAMBLE

Los productos pre listo de acuerdo con definiciones dadas por diferentes Chef de los restaurantes Hard Rock Café (Andrés Castañeda), el Hotel la Fontana (Luis Ernesto Forero) y Metropolitan Club de Bogotá (Gerardo Zabala):

- ✓ Son unos mecanismos para acelerar los procesos, con el fin de facilitar la producción, optimizar la operación y manejar tiempos exactos de preparación.
- ✓ Es tener los alimentos prelistos para poder atender un servicio de alimentación en poco tiempo y con mucha calidad.
- ✓ Es el desarrollo de la buena comida pero de manera ágil.

Como se ve claramente, los chefs quienes son los directamente afectados o beneficiados con estos productos; hacen un gran énfasis en que los principales beneficios que tienen los prelistos, está determinado por tiempo, calidad y preparación.

Lo que busca un consumidor de este producto es tener un estilo de producción donde los costos de mano de obra se reduzcan, donde los costos de la materia prima se vuelvan más eficientes y donde los costos indirectos de fabricación también disminuyan, todo esto es posible con el consumo de pre listo, ya que los restaurantes pueden dedicarse a su verdadera razón y a lo que saben hacer; tercerizando funciones que les generan altos niveles de desgaste como lo son tener los alimentos listos para la elaboración de los platos finales.

Identificando las verdaderas razones por las cuales determinadas personas comprarían o no los pre listos, podemos definir un segmento de mercado al cual podemos dirigir todos nuestros esfuerzos a la hora de poner en marcha el proyecto de la creación de la empresa de frutas y verduras pre listas en las cantidades necesarias para satisfacer el menú de cada restaurante.

Dentro de los productos pre listos que más compran las personas están: Papá a la francesa, Yuca, Vegetales (Cebolla, Espinaca, Zanahoria, Repollo, Coliflor, Brócoli, Lechugas y Pimentón), Jugos listo o Pulpas de frutas, Apanados de Pollo, Arepas, Patacones, Salsas listas, Conservas (Champiñones, Pimentones Asados y Tomates secos) (Revista Catering año 3, No 7, Pág.26), podemos identificar que es un

mercado amplio y nosotros dentro de nuestra investigación nos enfocaremos principalmente en los vegetales.

Aunque debemos identificar los valores y las creencias que determinarían el comportamiento de compra de los dueños de los restaurantes de productos pre listos, son los chef y los cocineros quienes harán uso de ellos, por tal razón la frecuencia y recompra de los productos no solo depende del dueño sino de la persona que elabora los alimentos.

COCINA DE ENSAMBLE

Es importante dar claridad frente al término "Cocina de ensamble"

Tomado de la Revista La Barra (Para gerentes de Restaurantes, Hoteles y Clubes) Edición 21.

✓ BASES DE COCINA DE ENSAMBLE

El chef ejecutivo del hotel La Fontana, Luis Forero, es quizás uno de las personas en el país que más sabe de cocina de ensamble. En éste artículo nos da las bases de este sistema, fundamental para controlar los costos de cualquier institución con alto flujo de comensales.

Qué es

Es la respuesta de los cocineros modernos a los desafíos que impone el futuro. Es una cocina basada en procesos externos de

prelistamiento, para que cada institución que provea alimentos le dé una terminación final a un producto en específico. No debe ser malentendida como una cocina prelista ni prehecha ni precongelada, simplemente las fases iniciales del trabajo en la cocina se dejan en manos de un tercero que lo puede hacer igual o mejor, pero de manera más eficiente.

Qué busca

Busca un estilo de producción donde los costos de mano de obra se reduzcan, donde los costos de la materia prima se vuelvan más eficientes y donde los costos indirectos de fabricación también disminuyan.

Cuál es el objetivo

Facilitar el trabajo del cocinero, de forma que conserve su individualidad, su creatividad, que asegure el aspecto gustativo y nutricional de la cocina y que genere operaciones altamente rentables mediante ahorros en la mano de obra directa, en los costos indirectos de fabricación y en los costos ocultos.

Cómo funciona

En toda cocina hay procesos que son engorrosos o que pueden requerir gran cantidad de personal, logística innecesaria o almacenamiento excesivo, entre otros. Entre más personas haya que

atender, más se incrementará la complicación de esos procedimientos y así mismo el costo de hacerlo.

Por ejemplo, hacer el jugo de los coffee break de un hotel como La Fontana, con 19 salones para eventos que están permanentemente llenos, necesita: tener dos personas exclusivamente preparando las bebidas tres horas antes de cada refrigerio - dos al día-; coordinar la logística de la compra y transporte de la fruta; tener espacio para el almacenamiento de dicha materia prima; arreglar la fruta; tener la maquinaria adecuada; manejar correctamente las licuadoras (2.8 licuadoras se gastaban al año); estandarizar las preparaciones y además deshacerse de los desperdicios.

La solución en ese caso es contratar a un tercero que se ocupe de dicho proceso. 10 minutos antes de cada hora el proveedor entrega el jugo fresco, siempre con la misma calidad y el hotel no tiene que preocuparse por nada más que por servirlo.

En el caso de estas bebidas, el hotel no participa en ninguna etapa de la producción; sin embargo, en otras ocasiones el proveedor puede entregar el alimento en otro nivel de preparación, según la necesidad de cada establecimiento.

✓ FACTORES INFLUENCIADORES

Ante la necesidad que tienen los consumidores de ingerir productos naturales, encontramos un gran potencial para revisar cuales fueron

los factores influenciadores en el consumo de los alimentos prelistos por parte de los propietarios de los restaurantes.

- En algunos casos, los métodos de manipulación de alimentos no están tecnificados (desinfección, cadena de frío, empaque, etc.), lo que pone en riesgo al establecimiento y a los comensales.
- Se tiene la creencia de que el producto perderá su calidad inicial.

✓ NIVELES DE PREPARACIÓN

Los niveles de preparación se clasifican en dos grandes grupos del segundo al quinto nivel se denominan productos intermedios, comprenden los llamados "convenience foods" (alimentos de conveniencia), el primer nivel es el que se denominan productos básicos. Los productos intermedios también son alimentos que ya han sido más o menos preparados por un fabricante o un proveedor y al que el establecimiento les da la terminación final dependiendo de cada necesidad.

- Primer nivel: - Materia prima: Verduras sin pelar, pescados enteros, carne con huesos, etc.
- Segundo nivel: - Conservas: por ejemplo, conservas de verduras, fruta y pescado

- Tercer nivel - Productos congelados: por ejemplo, verduras, frutas, carne y pastelería.
- Cuarto nivel: - Productos frescos preparados: por ejemplo, verduras peladas, a veces cortadas, frutas peladas, a veces cortadas, pescados en filete, carne deshuesada, a veces en porciones, etc.
- Quinto nivel: - Productos terminados, envasados y cocinados al vacío: por ejemplo, verduras, pescados con o sin salsa, carne con o sin salsa, etc.

Por qué hasta ahora se habla de cocina de ensamble. En realidad la "cuisine d'assemblage" es un concepto que lleva varias décadas implementándose, primero en Francia, luego en el resto de Europa y después en Estados Unidos y el resto del mundo.

Básicamente en Colombia, hasta hace poco no se había percibido la necesidad de aplicar este proceso por el bajo costo en la mano de obra y por la falta de profesionalización de la industria.

Es decir, alimentos como las papas prefritas o la carne porcionada y empacada al vacío o las bases para las salsas o las verduras picadas, por poner sólo unos ejemplos, cumplen la misma función: desembarazar de procesos dispendiosos a las cocinas.

✓ VENTAJAS DE LA COCINA DE ENSAMBLE

Algunos puristas de la cocina ven a la cocina de ensamble como una práctica que desdice de la gastronomía como arte, que aleja a los chefs de la filantropía del oficio. En muchas escuelas de cocina, sobre todo las de la vieja guardia, nos enseñaron que los chefs debíamos hacer todo. Pero siendo realistas, los restaurantes aparte de su vocación de servicio, como cualquier otro negocio, están hechos para tener ganancias. La cocina de ensamble, en ese sentido, no choca con la buena mesa. Por el contrario, permite tener muy buenos productos, estandarizados, limpios, inocuos y de fácil operación. Además, no significa que el chef no pueda usar la cocina de ensamble para darle su propio toque, simplemente se ahorra los pasos de prealistamiento.

- Disminución de la mano de obra directa: Ya no necesita tantas personas en labores largas y dispendiosas. La mano de obra que usted deja de contratar, la contrata otro con ese objetivo específico.
- Disminución de los costos ocultos: Además de disminuir la mano de obra, disminuyen costos en logística, transporte, almacenamiento, refrigeración y control de desperdicios, entre otros. Obviamente entre más grandes sean las colectividades que se atiendan, más visibles se harán los ahorros.

- Optimización de las materias primas: los ingredientes se compran por su peso real, es decir, por un kilo de pechuga de pollo, usted paga el peso neto de esa carne, sin hueso o piel.
- Estandarización de la calidad: El proveedor usa técnicas industriales para ofrecerle el mismo producto siempre y como usted lo quiere.
- Producción de platos a precios medidos: Finalmente el ahorro que obtiene le permite traducir eso en el precio que le da a sus clientes.

✓ CREE SUS PROVEEDORES

Cuando no exista la empresa que le supla el producto que usted necesita, fomente su creación. Lo puede hacer con un proveedor que ya tenga o con uno nuevo: siempre habrá alguien dispuesto a vender el producto tal y como usted lo necesita.

Por ejemplo, en La Fontana, el proceso del jugo que se narró anteriormente, se hizo con un empleado del mismo hotel que terminaba sus prácticas y se le dio la oportunidad de proveer los jugos de los coffee breaks, si lograba cumplir con los estándares que se necesitaban, lo hizo y ahora es un prometedor empresario que vende jugos frescos a varios hoteles.

Con los proveedores ya establecidos es todavía más fácil, porque ya existe una relación comercial que ninguna de las partes quiere perder.

El vendedor se adapta a la necesidad del cliente, le cobra quizás un poco más, pero es un costo que simplemente se traslada.

Como en los últimos 20 años las cargas laborales para los empleadores han aumentado o, por lo menos, es más común que al trabajador se le paguen todas las prestaciones que ordena la ley, la mano de obra se ha vuelto más costosa y, por lo tanto, tener una cantidad de personal picando y pelando ya no es tan rentable como era antes.

Por otra parte, los chefs ejecutivos, los gerentes y los jefes de alimentos y bebidas del país han entendido la importancia de hacer un control de costos estricto y, además, cada vez están más capacitados académicamente, por lo que las tendencias mundiales se están empezando a aplicar con mayor frecuencia, entre ellas la cocina de ensamble.

✓ **CÓMO DETERMINAR LOS COSTOS** (Ejemplos prácticos para definir la conveniencia del ensamble)

○ Coliflor

12.800 grs. de coliflor sin arreglar al analizarlos nos muestran 7300 grs. útiles como producto. El rendimiento real es de: 57%. Merma: 43%Costo \$1.880/Kl. Real \$3.298/Kl.

- o La habichuela

Con 10.000 grs. de habichuela sin arreglar nos quedan después de trabajarla 8000 grs. limpia y cortada al sesgo, para acompañamientos de platos. El rendimiento real es el 80% con un 20% de merma. P. Compra \$1.590 Kilo. Costo real \$1.987 Kilo. 120 minutos de M.O.D.

Por otro lado revisando el comportamiento que ha tenido este mercado en el país y el crecimiento del 200% del año 2005 al año 2006 (revista catering), se identifica claramente que es un mercado potencial que está aún por ser explorado y explotado; prueba de ellos, de acuerdo a información obtenida en la revista catering - año 3 - No 7 "Es el excelente comportamiento que muestran las compañías nacionales dedicadas a la producción de estos alimentos. Todas ellas han tenido un alto crecimiento en ventas, clientes y portafolio de productos, lo que evidencia que cada vez son más los establecimientos gastronómicos que les dan cabida a estos insumos en sus menús. En el Caso de Hakuzai, Orbeco Ltda., empresa que produce congelados de la cocina asiática, de tres clientes en un año, pasó a tener 457. Es tal su demanda actual que, en una semana, debe sacar un promedio de 10.000 productos. De igual manera klik S.A., compañía que produce y comercializa apanados de pollo, hamburguesas y sopas congeladas, entre otras preparaciones, tuvo que aumentar su producción en kilos en un 20%, entre 2003 y 2004."

Consideramos que este fenómeno se da principalmente por la ruptura de los paradigmas que tienen los dueños de supermercados,

restaurante y tiendas para con los productos pre listos, los cuales han sido considerados como artificiales y que no conservan los nutrientes originales de los productos.

✓ BENEFICIOS DEL USO DE LISTOS Y PRE LISTOS

Según la revista catering los beneficios del uso de los productos listos y pre listos son los siguientes:

- Ahorro de Procesos: Se minimiza la gestión de compras y se disminuye sustancialmente el número de proveedores.
- Ausencia de Equipos innecesarios: Las instalaciones para tener una amplia oferta de prelistos (supóngase 30.000 productos mensuales) pueden alcanzar una inversión de \$500 millones de pesos.
- Mínima intervención del Personal: No hay que mezclar, adicionar, lavar, pelar, etc. Su único requerimiento es una breve inversión en tiempo de 3 a 25 minutos.
- Poca contratación de Empleados: Estos alimentos alivian gastos, ya que para una producción diaria de 100 unidades pequeñas, se necesitan, en promedio, dos personas.
- Menos desperdicio de insumos: En la labor artesanal o tradicional se tiene un menor control de la materia prima.
- Disminución en los servicios: Se evita un elevado consumo de agua y luz. Solo invierte en un proceso específico: Calentar, cocer o freír.
- Mayor agilidad en horas pico: El producto precocido puede freírse 10 minutos antes de llevarlo a la mesa y no pierde

crocancia ni sabor. Por lo tanto, el chef tiene más tiempo para concentrarse en las preparaciones principales.

- *Garantía de Calidad:* Se obtienen productos uniformes en tamaño, sabor, color y textura. Esto da como resultado una presentación idónea y estándar del alimento.
- *Baja inversión en refrigeración:* Se facilita el almacenamiento de los insumos enlatados o en caja, ya que no necesitan refrigeración.
- *Prestación del servicio asegurada en épocas o zonas difíciles:* Cuando hay bajas en cosechas, problemas de transporte, situaciones de orden público, que dificultan la consecución de la materia prima, los prelistos y preparados se convierten en una buena alternativa.

8. ESTRATEGIA METADOLÓGICA

8.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Desarrollamos esta investigación apoyadas en el método cualitativo, a través de una investigación exploratoria, de tal manera que por medio de la interacción directa con los dueños de los restaurantes, realizamos entrevistas a profundidad con observación participante y no participante, además del análisis de información secundaria, dándonos así, espacios propicios para acceder a datos necesarios para la caracterización del consumo de frutas y verduras pre listas en los restaurante de la ciudad de Manizales.

Con el fin de complementar un poco más la metodología de investigación Cualitativa con entrevistas, encontramos éstos conceptos tomados de: Merlinsky, G. 2006. La Entrevista como Forma de Conocimiento y como Texto Negociado Cinta Moebio 27: 27-33 www.moebio.uchile.cl/27/merlinsky

Implicaciones para considerar la entrevista como forma de conocimiento:

En primer lugar la entrevista no se sitúa en el campo estricto de la conducta ni el lugar puramente lingüístico. La información que obtenemos a partir de una entrevista es de carácter "pragmático", es decir, un discurso actualizado en relación a una práctica correspondiente.

En segundo lugar, la entrevista es una herramienta de carácter comunicativo que se propone captar significados que de ningún modo son hechos puros o simples, están mediados por la construcción que hacen los propios sujetos en base a su experiencia. Cuando nos proponemos atrapar el significado que los otros atribuyen a sus propias prácticas debemos asumir que "nuestro conocimiento del mundo supone un conjunto de abstracciones, generalizaciones, formalizaciones e idealizaciones propias del nivel respectivo de organización del pensamiento. En términos estrictos, los hechos puros y simples no existen, por consiguiente se trata siempre de hechos interpretados" (Schutz 1995:36).

En consecuencia, uno de los primeros supuestos de la entrevista como forma de conocimiento es aquel que se refiere a la posibilidad de captar el significado atribuido por el/los otros a su propia experiencia mediante la interacción comunicativa con el/los otros. Cuando asumimos el papel de entrevistador debemos lidiar con la cuestión del significado y la forma en que los sujetos atribuyen significado a través de la interacción social.

8.2. PROCEDIMIENTO

Se desarrollaron los siguientes pasos para sustentar que es una investigación cualitativa:

- ✓ Primero Identificamos el problema a investigar, nuestro foco esta dirigido a Identificar los valores y creencias del comportamiento de compra de productos prelistos como verdura y frutas de los dueños de los restaurantes de Manizales, ubicados en la zona rosa.

- ✓ Definimos los objetivos y el alcance de la investigación para con éstos realizar un cuadro que nos facilito el desarrollo de preguntas para las entrevistas y nos permitió identificar la fuente primaria o secundaria para llegar a responder los objetivos planteados. Este cuadro se compone de las siguientes columnas:

En la primera columna plasmamos los objetivos: con el fin de facilitar el proceso de las demás columnas

En la segunda columna identificamos las diferentes variables que permiten contestar las preguntas que nos generan los objetivos con el fin llegar a las preguntas que necesitábamos para poder identificar claramente los valores y creencias de los dueños y administradores de los restaurantes de Manizales frente a la compra de frutas y verduras prelistas.

En la tercera columna definimos cuál era la fuente si era primaria o secundaria para focalizarnos en la consecución de la información para poder iniciar el proceso de investigación

En la cuarta columna, definimos el cómo refiriéndonos puntualmente a si era fuente primaria ó secundaria: Primaria información obtenida a través de la entrevista y observación, secundaria información recopilada por medio de consulta de bibliografía relacionada con valores y creencias y con estudios actuales del consumo y adopción de éstos pre listos o cocina de ensamble en Colombia.

- ✓ Con el cuadro finalizado de objetivos, realizamos el cuadro del listado de variables en el que tomamos la columna de éstas realizada en el cuadro de objetivos y adicionamos otra columna de preguntas, las cuáles formaron parte de la guía de entrevista y así tener ligados nuestros objetivos iniciales con la ejecución de la investigación. Ya

teniendo claridad en las preguntas a realizar continuamos con el siguiente paso.

- ✓ Recopilamos la base de datos de los restaurantes ubicados en la zona rosa de Manizales
- ✓ Luego los contactamos con el fin de solicitarles cita para poder realizar las entrevistas
- ✓ Después de realizar cada entrevista, procedíamos a digitalizarla para poder hacer la adaptación de la entrevista que consiste en realizar un cuadro en el que se ubica la pregunta realizada, luego la respuesta recibida por el entrevistado y finalmente las nuevas preguntas generadas.
- ✓ Después de haber realizado el cuadro, plasmamos unos elementos claves de cada entrevista en los que analizamos como vimos a cada entrevistado, refiriéndonos puntualmente a su comportamiento dentro de la entrevista y los gestos claves, con el fin de recopilar la información necesaria que nos permitió tener los resultados de ésta investigación.
- ✓ Finalizando las 6 entrevistas, iniciamos la matriz de análisis de las entrevistas, pues en general lo que identificamos es que el actuar frente a la compra y forma de consumo de las frutas y verduras de los restauranteros es similar, pues sólo uno lo realiza de forma diferente. En ésta matriz plasmamos la información en las siguientes columnas:

Columna 1 ubicamos las preguntas realizadas a cada entrevistado
Columna 2 las respuestas textuales generadas por cada entrevistado
Columna 3 realizamos la consolidación de la respuesta dada por el entrevistado a cada pregunta en una palabra que resumiera su respuesta

Esta matriz de análisis nos permite visualizar de forma integral el resultado obtenido en las entrevistas y nos facilita el proceso de hallazgos y conclusiones en la investigación.

- ✓ Por último, teniendo como base lo planteado inicialmente en nuestros objetivos de investigación y obviamente apoyándonos de la matriz de análisis procedimos a realizar la fase de hallazgos y conclusiones de la investigación, logrando de ésta forma culminar la investigación planteada.

Finalizando la descripción de la metodología es importante apoyarnos del concepto de Fraenkel y Wallen (1996) en cuanto a las características básicas de las investigaciones cualitativas:

- ✓ El ambiente natural y el contexto que se da el asunto o problema es la fuente directa y primaria, y la labor del investigador constituye ser el instrumento clave en la investigación.
- ✓ La recolección de los datos es mayormente verbal que cuantitativa.
- ✓ Los investigadores enfatizan tanto los procesos como los resultados.
- ✓ El análisis de los datos se da más de modo inductivo.
- ✓ Se interesa mucho saber cómo los sujetos en una investigación piensan

- ✓ Y que significado poseen sus perspectivas en el asunto que se investiga.

9. DESARROLLO DEL TRABAJO

Lo que identificamos de acuerdo a cada objetivo planteado fue:

- ✓ Definir las razones y preferencias que los dueños o administradores de los restaurantes tienen para escoger el lugar en el que adquieren los insumos de verduras y frutas para preparar el menú.

RAZONES Y PREFERENCIAS

Las razones y preferencias representativas que encontramos en la investigación, de acuerdo a las entrevistas realizadas son: *productos frescos, economía y calidad*; las cuales se describen de acuerdo a los entrevistados así:

PRODUCTOS FRESCOS

- ✓ Entrevistado No. 1 Restaurante Vino y Pimienta:
"Porque allá mínimo dos o tres veces a la semana están llegando lo que son verduras y frutas entonces hay una rotación constante, entonces va a encontrar usted *mayor frescura*"
- ✓ Entrevistado No. 2 Restaurante Viva México Lindo:
"Porque llegan los *productos frescos* o sea compro los productos frescos y puedo seleccionar *mayor calidad* y me sale *más barato* que comprarlos en un supermercado o con otro o sea que ya tenga mucho intermediario"

ECONOMIA

- ✓ Entrevista No. 3 Chuzos al Carbón

"*Por costos* y porque los productos son frescos, del campo llegan a la Galería y allí los adquirimos los consumidores"

CALIDAD

- ✓ Entrevistado No. 1 Restaurante Vino y Pimienta:

"Tienen muy buena *calidad*"

- ✓ Entrevista No. 4 Crepes Panorama

"Lo escojo porque me parece que los productos que consigo en la galería son frescos y *de calidad*, además encuentro todo lo que necesito"

Identificar los valores de los dueños o administradores de los restaurantes frente a las frutas y verduras pre listas.

El **valor** identificado en las entrevistas realizadas a los dueños de los restaurantes de Manizales es: *Respeto por el Cliente*, traducido en ser práctico, ahorrar tiempo y tener calidad y agilidad en la preparación.

Entrevistado No. 1 Restaurante Vino y Pimienta

"Yo siempre he dicho que en la cocina, en los restaurantes, en los hoteles, todo lo que es el sector restaurantero, mientras usted pueda buscar y *ser práctico*, y buscar *ahorrar tiempo* y buscar *tener calidad* y estos productos se lo ofrecen, no hay ningún problema que lo aproveche uno, uno tiene que aprovechar eso"

Entrevista No. 4 Crepes Panorama

"... pues yo pienso que adquiriría esto para *ahorrar tiempo* y ser *ágil en la preparación* de los platos, sin que esto influya en su sabor"

Identificar la creencia que tienen los dueños o administradores de los restaurantes frente a las frutas y verduras pre listas.

Las **creencias** que tienen los dueños de los restaurantes de Manizales ubicados en la zona rosa, frente a las frutas y verduras pre listas son: *Creencia que son Costosos, Creencia sobre la larga duración, Creencia sobre el cambio de sabor.*

COSTOSOS

Entrevista No. 4 Crepes Panorama

"Pues me parecen una buena opción por la rapidez sin embargo pienso que pueden ser *muy costosos*"

Entrevistado No.2 Restaurante Viva México lindo

"Que *son costosos*, pues así como... la verdad lo primero que digo yo es que *es costoso*, cierto?... de resto no me parecen ricos, más

costosos de lo normal. Uno entiende ese manejo de esos productos por cadenas de frio, que hay que llevarlos refrigerados no es lo mismo"

LARGA DURACIÓN

Entrevista No. 3 Chuzos al Carbón

"Lo que conozco es que son de *larga duración*"

Entrevista No. 6 Cuezco

"Me parece que dura poco cuando se abra y *mientras este congelada no tiene problema*"

CAMBIA EL SABOR

Entrevista No. 1 Vino y Pimienta

"Yo soy de los convencidos de que los productos deben trabajarse al instante para conservar su sabor"

Entrevista No. 5 Berenjena

"Si *el producto congelado cambia*, por ejemplo yo no sería una compradora de el, porque lo que yo te digo del maicito y si acaso por urgencia pero aquí la sopa pues jamás le echaría un prelisto"

10. CONCLUSIONES

- ✓ Teniendo en cuenta el objetivo general de nuestra investigación identificamos que los *valores y creencias* de los dueños de los restaurantes de la ciudad de Manizales están determinados principalmente por *el valor: Respeto por el Cliente*, traducido en ser práctico, ahorrar tiempo y tener calidad y agilidad en la preparación de los platos del restaurante. *Las creencias* identificadas son: *que son costosos, creencia sobre la larga duración, creencia sobre el cambio de sabor* .

- ✓ Las *Razones y Preferencias* que tienen los dueños de los restaurantes de Manizales para la compra de frutas y verduras, se encuentran determinadas principalmente por: *productos frescos, economía y calidad*. Teniendo en cuenta que de los seis entrevistados solo uno no realiza las compras de estos productos en la galería, podemos determinar que este es el lugar que satisface dichas razones y preferencias.

- ✓ La distribución y comercialización de los productos pre listos debe estar enmarcada por los siguientes lineamientos:
 - Productos como los necesita el cliente (presentación y cantidades)
 - Productos Siempre Frescos, no importa ni el día ni la hora.
 - La comercialización y distribución se realizará uno a uno y de acuerdo a pedidos realizados, para de esta forma garantizar la frescura de las frutas y verduras.

BIBLIOGRAFIA

- Revista Catering Año 2 N.º 3 , AÑO 3 Nº 7 Pág.26.
- Páramo Morales, Dagoberto., y García Cano, Olga Lucia., y Arias Escobar, Maria Ofelia. (2007). Consumidor de Tienda Manizaleña Una mirada cultural. Editorial Universidad de Manizales. Manizales
- Páramo, D., y Ramírez, E (2007). Gerencia Estratégica de Marketing. Un enfoque cultural. Editorial Universidad Surcolombiana. Neiva
- Schiffman, Leon. G. y Hanuk, Leslie 1997. Comportamiento del consumidor. Prentice Hall Hispanoamericana, S.A. 5ª. Edición
- Vélez, Claudia Patricia, Agosto 2007. Cámara de Comercio de Medellín
- http://www.agoratel.com/recursos/docs_calidad/calidad.htm
- <http://www.econlink.com.ar/definicion/precio.shtml>
- <http://www.definicionabc.com/general/creencia.php>
- Merlinsky, G. 2006. La Entrevista como Forma de Conocimiento y como Texto Negociado Cinta Moebio 27: 27-33
www.moebio.uchile.cl/27/merlinsky

Anexo No 1
Guía General de la Entrevista

1. Usted dónde compra las frutas y verduras que utiliza en su restaurante?
2. Por qué escoge ese establecimiento? Qué es lo que más le gusta?
3. Usted considera que su proveedor de frutas y verduras se encuentra lejos de su restaurante? Si _____ No _____ Por qué?

4. Considera que los productos que le ofrece su proveedor de frutas y verduras son frescos, higiénicos, de sabor auténtico, empaque apropiado (Para definir calidad)? Si _____ No _____
Por qué? _____
5. Qué piensa de las frutas y verduras prelistas?
6. Qué percepción tiene frente a la durabilidad de las frutas y verduras prelistas?
7. Qué percepción tiene usted frente a los prelistos?
8. Usted cree que las personas que utilizan frutas y verduras prelistas son personas que no tienen el tiempo suficiente para elaborar sus alimentos?

9. Usted cree que los productos prelistos contienen los mismos nutrientes que los no prelistos?
10. Usted por qué cree que la gente no consume productos prelistos?
11. Usted que piensa de las personas que no consumen productos prelistos?
12. En el momento de adquirir productos prelistos cuál sería la presentación y forma como los adquiriría? Por qué?
13. Cada cuánto lo haría? Por qué?

Anexo No 2

Entrevista No 1

FECHA: DICIEMBRE 9 DE 2008
RESTAURANTE: VINO Y PIMIENTA
BARRIO: MILÁN
ENTREVISTADO: JORGE MARIO GÓMEZ
ESTRATO: COMERCIAL

Entrevista realiza a Jorge Mario Gómez el dueño del Restaurante Vino y Pimienta, bueno entonces, pues Jorge Mario la idea es conocer frente a frutas y verduras ustedes acá en el restaurante que utilizan, cómo lo utilizan, por ejemplo podemos empezar conociendo un poquito en donde hoy tú realizas la compra de las frutas, de las verduras que utilizas en el restaurante.

A ver les cuento lo que hacemos acá en el restaurante es buscar lo mejor en cuanto a frescura y textura se refiera no cierto, entonces parto como decir mi mercado mis compras en cuanto a esto en varias partes: una en la plaza de mercado donde busco que las cebollas, los tomates y esto llega casi diario entonces lo que podemos encontrar es una frescura en ellos algo bastante interesante, por motivos de comercialización en Carulla me toca conseguir lo que son lechugas, lo que llamamos lechuga morada, romana y lechuga crespa, ya que en la galería encontramos únicamente por lo general lechuga batata.

Bueno en cuanto a frutas, yo aquí en el restaurante lo que son algunos de mis jugos, lo que son maracuyá, guanábana, lulo y mango los trabajo con Frugy, compro pulpa de fruta y lo que saco con algunos platos que lleven cítricos en algún casos con el maracuyá o con cascotes de mango, manzanas,

peras las compro naturales o sea me gusta es la fruta en sí, estas las puedo conseguir en la Galería o igualmente si ya por tiempo no me queda bajo a Carulla y las consigo, no cierto. Igualmente tengo un convenio con un Fruver en Chipre el cual se encarga de conseguirme todo, yo simplemente hago el pedido o cuando estoy con tiempo yo mismo voy a la Galería, pero cuando no se manejen los tiempos lo que hago es simplemente hacer el pedido allá, ellos directamente compran abajo en la Galería, consiguen todo en la plaza e igualmente me lo suben, es complicado manejar esos tiempos porque él no cuenta con un transporte pues fijo, el cual dependiendo de cómo este el tiempo claro y la urgencia, ahí es donde las consigo básicamente.

Y por qué prefieres la Galería? Por frescura, por qué? Porque allá mínimo dos o tres veces a la semana están llegando lo que son verduras y frutas entonces hay una rotación constante, entonces va a encontrar usted mayor frescura, e igualmente siempre me gusta el contacto con la plaza de mercado ya que es allá donde uno empieza a saber que es lo que uno quiere, entonces como les digo, las frutas, el solo aroma de todo eso me fascina.

Y lo haces tú o delegas a alguien? Normalmente cuando tengo el tiempo me gusta hacerlo, pero en unas dos o tres veces a la semana que no pueda alcanzar, lo que les decía anteriormente me encargo yo mismo de llamar al Fruver a Chipre y que ellos mismo se encarguen de írmelas a escoger, porque es la gente que conoce y que sabe, entonces si son las cebollas puerro entonces me gusta manejar un estándar de cebolla puerro pues de tamaño, me gusta conseguir que el perejil las hiervas de allá, uno en ninguna otra parte ni siquiera en Carulla encuentra las hiervas y especies que puede encontrar frescas en la Galería, usted va donde la hiervatera de allá y ella tiene todo, todo, el romero, la albaca, el laurel, tomillo, todo.

Entonces digamos que no te afecta la distancia a la que pueda estar a la que pueda estar la Galería que es la que prefieres o si te afecta? No mira acá somos privilegiados porque acá la ciudad es una ciudad pequeña, es una ciudad que tiene poco tráfico, es una ciudad que uno como restaurantero y como Chef se puede dar el gusto de ir casi a diario, es la ventaja de Manizales, pero sin embargo he tenido muchos problemas porque como les dije hay veces no se puede ir, entonces la organización de ellos, ellos muchas veces no le pueden despachar a usted solo porque para ellos no es negocio, entonces tienen que esperar quien más les haga un pedido por acá arriba, que otros sitios o que otra gente para hacer el envío completo, entonces siempre se han tenido algunos problemas en cuanto a logística, pero definitivamente cuando uno pueda es sensacional ir allá, solo por el ambiente que se respira allá.

Soy sincero, nadie se ha interesado y eso es un proyecto muy interesante el que están realizando que es la línea restaurantera como llamo yo aquí no hay ningún sitio que te diga te ofrezco estandarizadas todos los días esta calidad de tomate, esta calidad de cebolla, todo, que a usted todos los días le lleven su verdura como la necesita, aquí no lo hay, lo mismo digo en carnes, en pescados, en mariscos y muchas otras cosas no encontramos eso, en otras ciudades grandes encuentra uno esa línea y a usted le llevan todo fresco, todo es como uno lo pide, como digo yo manejar una estandarización.

Ven y dependiendo de la compra que estás realizando de las cantidades que estás comprando de frutas y verduras, en la Galería o en la plaza de mercado estás recibiendo algún descuento por volumen, alguna ñapa, algún adicional, gratis? No ellos son muy queridos, el cilantro, entonces a mi por ejemplo me fian las peras, yo voy y cuando voy en la mañana que voy

alrededor de 7 - 7:30 me tienen el desayunito, te digo ese valor agregado, porque es que yo tengo un lema yo nunca les pido descuento porque tienen muy buena calidad y cuando usted maneja que tiene calidad y que además es gente que le toca difícil, gente que está desde las 4 de la mañana levantada, que a esa hora están recibiendo en la plaza abriendo pa poder que ingresen todo, entonces la verdad no me fijo mucho, me fijo mucho cuando voy a un supermercado y compro porque es que usted un kilo de tomates en un supermercado se le puede duplicar, entonces ahí si me cuido mucho en comprar las verduras y hortalizas que no sean que yo no necesiten en el momento urgente, me espero y las compro allá, ya tiene que ser una urgencia muy grande para uno irse a un supermercado a comprar eso yo solamente las lechugas que no se mueven acá, algunas veces las cebollas puerro, alguna fruta, bananitos de bocadillo, alguna cosa que uno busque pero no más de resto todo allá.

Para ti que significa puntualmente un prelisto, para ti que es eso?

Que significa para mi un prelisto, es tener unas verduras limpias, de calidad, cumplimiento único, que para mí es lo más importante, el cumplimiento y la calidad, el proveedor yo no denomino a mi gente proveedor son socios míos, la gente que me está vendiendo se convierte en socios indirectamente, y hay unos que se vuelven es más directos y es lo que le da a uno la calidad, entonces para mí un servicio prelisto, me gustaría primero que fuera puntualidad, calidad y a la hora de buscar uno muchas veces mira, la cebolla, pongamos el caso de la cebolla, hay partes donde a ti la cebolla te la entregan limpia, en otras te la entregan con un caparazón total de la hoja, cuanto se demora uno en la cocina limpiando una cebolla de esas, un minuto, un minuto de cocina es un minuto que valiosísimo que está perdiendo, mientras que si usted ya la tiene lista una jugadita y con eso basta, hay que

quitarle la tierra, pelarla y ya organizarla, y de pronto tú utilizas zanahoria rallada, en cuadritos, en julianas, por ejemplo para la paella que utilizamos mucho, pimenton, cebolla, arveja y zanahoria y esto tiene que ir finamente picado, yo todo eso lo busco en la galería por ejemplo porque es la única parte donde a ti te vende el revuelto, el trío, la arveja, la zanahoria y la habichuela y todo picadito, donde ellos lo denominan el picao, eso son cosas que para mí pertenecen a ese grupo de verduras y frutas, en frutas, pulpas, que pasa con mucho sitio, se encarga por ejemplo de vender las frutas y las verduras pero si usted tiene ya su pulpitas listas de fruta, su pulpa natural, ya lista para el jugo, por eso es que a mi me toca comprarlas así, porque es que usted no tiene tiempo, saco de la nevera, puso agua, puso leche y chao y adiós, entonces eso es muy importante, eso es porque para mi gusto es lo mejor que encuentro en el mercado, porque no he encontrado a alguien que le procese a usted la pulpa natural, por ejemplo usted el maracuyá lo tiene que licuar como viene, ósea la pulpita que usted vea las pepitas y vea todo eso que usted sabe que es concentrada, pulpa brava, usted sacó, empacó por bolsas dos maracuyas y eso que eso es mucho por jugo, usted con un maracuyá saca un vaso de jugo, guayaba agria, unas dos o tres guayabas agrias entonces usted saca la pulpa, en las pepitas tiene más gusto más sabor, pero entonces a uno le toca adaptarse a lo que hay en el mercado.

Que percepción podrías tener ahí frente a la duración de las frutas y verduras prelistas? La conservación de estas, eso hay que conservarlo en nevera, o sea tener pues una temperatura adecuada y hay que hacer unos estudios para mirar cuanto tiempo tiene de durabilidad, pero por lo general esos son alimentos que duran 4, 5 días, usted puede estar tranquilo con una temperatura de 3 a 5 grados, en cuanto a verduras, en cuanto a pulpas yo siempre aconsejo a tenerlas en -5 o -17 grados, congeladas.

Y en cuanto al sabor de la verdura, el sabor así tiende a conservarse en verdura yo soy de los convencidos de que los productos deben trabajarse al instante para conservar su sabor para realzar sus sabores, pero el hecho de que usted las mantenga bien conservadas le duran 3, 4 días no tiene ningún problema en que le vaya a cambiar su textura, o le vayan a cambiar el sabor, el color, habría que hacer muchos ensayos, porque por ejemplo el pimentón después de dos días así tiende a ponerse amargo, baboso, a tomar una textura no gustosa, entonces habrían algunos alimentos los cuales tiene uno que mirar que el ingrediente sea lo más fresco posible, que ya no esté en la nevera, la habichuela, la zanahoria, la arveja, no tienen ningún problema, pero las cebollas si tú la congelas se cristaliza, queda maluca, es como lo que pasa en parte con los lácteos, la lechuga tú la metes a la nevera y la congelas y peor todavía se pone fatal, fatal, porque yo siempre iría más bien con la idea de la conservación de los alimentos, pero entonces tenía que se ya buscando unos empaques al vacío interesantes, porque que es uno normalmente está acostumbrado a los empaques caseros, a la bolsa casera, pero ya buscando uno y haciendo la prueba uno con unos empaques buenos al vacío tiene mayor durabilidad y no tiene porque alterar el estado de estos. El aire es lo que oxida al alimento.

Tú como ves a las personas que utilizan hoy frutas y verduras prelistas?

Yo como las veo, yo siempre he dicho que en la cocina, en los restaurantes, en los hoteles, todo lo que es el sector restaurantero, mientras usted pueda buscar y ser práctico, y buscar ahorrar tiempo y buscar tener calidad y estos productos se lo ofrecen, no hay ningún problema que lo aproveche uno, uno tiene que aprovechar eso, pero es que muchas veces uno no sabe, la gente no sabe manipularlas, entonces ahí es donde se empiezan a deteriorar,

pero mientras uno pueda tener la facilidad de tener acceso a unos buenos ingredientes ya listos, pues hay que aprovecharlo, pues te cuento yo sería una de las personas que lo utilizaría, por qué? Porque me encanta ser práctico en cocina yo desde que vea que no está alterando ninguna de sus propiedades, por favor.

Es que es lo uno más busca, tiempo, calidad, tú me entregas ya una zanahoria lista, precocida al punto yo no necesito, solo es mezclar y ya me ahorre 3 - 4 minutos mientras la pelan, mientras la lavan, mientras la pican, mientras todo, póngale pues dos minutos pues por más rápido que sea, sería muy interesante.

Creer que los productos prelistos contienen los mismo nutrientes que los no prelistos?

Uno como cocinero sé que los productos cada vez que vayan recibiendo algún trato, alguna manipulación ellos tienden a ir perdiendo algo de sus propiedades pero realmente lo que se pierde es mínimo, y se gana mucho, entonces es de aprovechar y saber que alimentos, yo por ejemplo un tomate no lo utilizó sino fresco, la acides por tomate, un tomate se tiene que tener fresco. Pelarlo si lo va hacer con glasé quitarle la semilla y trozarlo, si va hacer una sopa mexicana, lo tiene que primero pochar y luego licuarlo y terminar tamizando, entonces hay ciertos productos que de verdad no merecen la pena que usted los vaya a comprar ya prelistos porque los sabores y la seguridad que le está dando a usted más que todo en el momento de la cocción es muy importante.

Por qué crees que la gente no consume los productos prelistos? Porque no los conoce o porque todavía no los tiene, pero si los tuviera los conociera, los tuviéramos en el mercado, nos ahorraríamos cualquier cantidad de tiempo,

las amas de casa que hoy en día no son amas de casa, sino ejecutivas de casa porque son ejecutivas y amas de casa, entonces tienen que salir mirar que todo este listo, dejar más o menos preparado su almuerzo, pensar en la comida o en dejarle algo a sus hijos, porque esto está evolucionando y la gente lo que está recortando es en empleadas de servicios y usted mismo por facilidad hace sus cosas, entonces sería sensacional que la gente encuentre algo ya y con productos totalmente naturales, es que ahí también está el concepto de la gente del porque de pronto no los consume, porque la gente tiene el concepto por decir algo nos vamos a Doña Hogar, Doña Sopera, son paquetes totalmente deshidratados, tú vas hacer una sopa de eso y para mí eso no es natural, ahí se ha perdido cualquier cantidad de propiedades en cuanto a texturas y sabores de los alimentos, los aromas, yo cocino con mi olfato, yo empiezo a saber cuando algo está rico con los aromas, yo siempre he dicho que en la cocina hay aromas, pero cuando tienes unos aromas más frescos más naturales tú vas sintiendo eso y da gusto, entonces también es por eso porque la gente tiene el concepto de deshidratado, preservativo y todo eso, y por eso es que uno busca lo más natural posible, yo en mi cocina trabajo todo lo más natural posible, es más las señoras me acabaron de llamar y me dijeron sal, y yo les dije sal yo no le pongo a mi cocina la sal se la pone el comensal, yo trabajo mi cocina lo más natural posible, cuando trabajo platos con frutas, hago mayonesas con Kiwis, con mandarinas y todo eso me gusta hacerlo natural con sabores naturales.

En el momento de tú adquirir productos prelistos cual sería la presentación y la forma como te gustaría? Me gustaría por ejemplo, encontrarlas empacadas al vacío me parece una presentación bien exclusiva, o en cuanto herméticamente dependiendo, utilizando una forma de tarros pero es que sale muy costoso, pero usted encuentra un buen empaque al vacío en cuanto

a bolsas o plásticos se refiera, y usted está tranquilo, puede tener unos Kiwis que son tan perecederos, tan sensibles y son tan ricos, unas buenas fresas por eso es que a la gente se le dañan en el supermercado, por qué?, porque no tienen un empaque al vacío, usted haga la prueba y las fresas le deberían durar 8 días más de lo que le duran, me gustaría empaque al vacío, y en los cortes que uno requiera, por ejemplo usted en su restaurante que cortes utiliza, utilizo un comcacé, brumua, julianas, cómo utiliza su pimenton lo utilizamos en julianas y brumua, cuanto necesita de julianas de pimentón? Necesito un kilo de julianas de pimentón, cuanto necesito de brumua necesito dos kilos de brumuas, tome, una belleza, es que solo pensar que se ahorro la picada, es que mira, yo te digo una cosa, les voy a poner un caso las muelas de cangrejo casi en ningún sitio las venden quebradas porque es un gallo, la libra te puede costar 15.000, y las personas encontraron ahora una pescadería que se ha encargado de entregarlas quebradas, la libra ya no te vale 15 sino 19, pero eso es cosa suya, cuantas muelas no daña usted arreglándolas, cuánto tiempo se demora arreglándolas, todo eso suma en desperdicio y en tiempo si no es esa plata un poquito más de esos 4.000 restantes, entonces ese valor agregado, tú llegar sacar de tú nevera las muelas ya completamente listas, volvamos al caso de ustedes, sacar de la nevera un comcacé de tomate, un brumuas de cebolla, unas láminas bien espectaculares de cebolla o unas láminas de zanahoria que utiliza uno mucho, no sé si ustedes han visto que muchas señoras de muchos sitios, venden la ensalada, 100 de zanahoria, 100 de repollo, 100 de cebollita y tú con \$800 armas una ensalada para la familia espectacular, sin cortar nada, sin ensuciarte, mil pesitos, y esas personas que están con esa visión van a llegar muy lejos porque es que le están economizando a la gente cualquier cantidad, en plata, usted no cree uste pica media cebolla y la otra mitad que pereza guardarla la botó, es así, pele usted una papa, si no es con pelador se

lleva la mitad de la papa, la mitad de la papa está en la cáscara, eso es muy importante, es simplemente empezarle a ver a la gente o que la gente que se empiece a dar cuenta de lo práctico que puede llegar a encontrarse sus alimentos como son, lo que son las frutas y verduras en un excelente grado de conservación y ya a punto, o sea que usted ya las tiene listas para cocción para una ensalada pa lo que quiera.

Indagar un poquito en que cantidades necesitarías y con que frecuencia? Los negocios restaurantes somos negocios fluctuantes, hoy yo no pensé que me iba a venir nadie, hoy lunes, y mira tengo una mesa de siete, usted cuando menos piensa tiene el restaurante lleno y cuando más tenía pensado que se iba a llenar vacío, vea yo les voy hacer un consumo más o menos yo me puedo gastar en cebolla más o menos sin que halla voleo, estamos hablando normal una semana pareja, me puedo gastar alrededor de 8 kilos de cebolla, 10 - 12 kilos de tomates, 3 o 4 cuartillas de papa, en plátano gasto exagerado porque yo hago láminas de plato, cebolla puerro también es exagerado lo que gasto me puedo gastar 5 o 6 puerros diarias, porque la hago frita y no me rinde y busco que me quede crocante, la hago dulce, algo muy chévere, entonces no me rinde porque la gente pide y eso es algo de nunca acabar, me entiendes y cuando tengo voleo ni se diga, por ejemplo en ferias, diario tengo que pedir mucho para hacer paellas, afortunadamente, hay dos - tres temporadas muy interesantes, las cuales son ferias, día de la madre y día del padre, ustedes saben que esos días son buenos, excelente como restaurantes y durante el año creo que mientras nosotros tengamos la calidad y el servicio que hemos mantenido perfectamente estamos al otro lado o sea teniendo un consumo promedio, es necesario que proveedor variable, la factura hoy puede ser de \$200.000 y mañana \$30.000, lo que uno necesita es un proveedor es que como te digo el proveedor es el socio

de uno como hay días que le va bien a uno entonces el día que le vaya mal te diga hoy no le voy despachar, así sea pa un paquete de zanahorias, es que lo que uno busca es el servicio, es más yo lo que busco más que economizar plata es calidad, entonces el precio no sería la variable más relevante? No para nada porque el precio tú lo ajustas al cliente, si yo sé que tengo excelente calidad, el cliente lo pago no tiene problema, aquí me asusta cuando mis platos no son de excelente calidad, entonces los clientes van a decir que no van a pagar por eso, les cuento que nos ganamos el premio nacional que Alpina entrega a la calidad, el restaurante se lo ganó, primero por la dedicación y luego por la calidad, yo no pregunto cuánto vale, yo pregunto si es de calidad, si es de calidad la gente está contenta. Uno siempre que sale, yo defino gano, que los momentos de gastronomía son momentos de felicidad o momentos de rabia a ti no te importa si la empanada te valió \$800 pero si la empanada te salió maluca \$800 es cara, costosa y de todo, pero si a ti te va bien te comes tres y no te importas y te costaron \$2.800 o \$3.000 pues lo pagas, uno mira la cuenta cuando no queda satisfecho, usted siempre la revisa, pero nunca la detalla, si hay un momento de felicidad comiendo usted no piensa en eso, y eso que lo da, lo da la calidad, uno tiene que ser muy mal cocinero para salir con productos malos, y de baja calidad, lo mío todo es con calidad, que yo sé que si yo le pongo eso al plato eso tiene que salir bueno, usted juntando ingredientes buenos el plato tiene que ser bueno. Como les digo la idea que tienen es genial, nadie, y yo le he dicho a muchos amigos, nadie le ha apostado acá en Manizales y en el Eje Cafetero a un negocio pero que sea línea restaurantera

ANEXO No 3

RETRATO VALIDADO

INFORMANTE No 1

FECHA:	DICIEMBRE 9 DE 2008
RESTAURANTE:	VINO Y PIMIENTA
BARRIO:	MILÁN
ENTREVISTADO:	JORGE MARIO GÓMEZ
ESTRATO:	COMERCIAL

El entrevistado es un Chef profesional que se deleita totalmente con el tema de la preparación de los alimentos, bastante dispuesto a dialogar con nosotros y a aportarnos en nuestra investigación ya que según nos comenta en varias ocasiones le ha sugerido a sus amigos montar un negocio de suministro de todos los elementos necesarios en la línea restaurantera y hotelera.

Es una persona joven y práctica, por eso consideramos que se interesó tanto en nuestro tema y en darnos información que fuera enriquecedora para el logro de los objetivos de la Investigación.

También se hacía evidente que la cocina le apasiona, por esta razón en varias oportunidades se iba desviando un poco del argumento que nos estaba dando frente a una pregunta y nos tocaba retomar y enrutar nuevamente la conversación. Algunas veces era el entrevistado el que se hacía las preguntas, éstas originadas de las respuesta que estaba generando a nuestra pregunta, es decir, nos dimos cuenta que debemos complementar un poco nuestra guía de preguntas para la entrevista; por ejemplo preguntar por qué recomienda el empaque o presentación en la que le gustaría tener

las frutas y verduras prelistas al igual que complementar las respuestas con ejemplos que nos permitan tener mayor claridad de lo que percibe nuestro segmento objetivo (restaurantes de Manizales).

En realidad esta entrevista fue muy enriquecedora, consideramos que no pudimos tener mejor entrevistado que Jorge Mario, nos permitió indagar aún más en su negocio lo que nos da herramientas sólidas para estructurar una entrevista más provechosa para nuestro segundo entrevistado.

Anexo No 4

Entrevista No 1

Cómo nos sentimos realizando la entrevista

Elegimos el restaurante por recomendación de nuestros esposos y de una amiga, nuestra amiga fue quien nos consiguió la cita para la entrevista.

Lo primero que hicimos fue presentarnos como las amigas de nuestra amiga y contarle el por qué de nuestra entrevista, le explicamos que debíamos realizar un trabajo de investigación para graduarnos y a la vez quisimos desarrollar una viabilidad para un proyecto de vida laboral.

Muy amable nos ofreció tinto y agua mientras terminaba de hacer unos deliciosos platos en la cocina para unas clientas especiales. Luego nos atendió en una salita alejada de las mesas del restaurante y allí hicimos la introducción de nuestra entrevista e iniciamos la grabación.

Al inicio nos sentimos un poco incómodas como tanteando la forma de preguntar las cosas, sin que sonara a un guión o a una encuesta, afortunadamente tuvimos mucha química con el entrevistado.

Cuando finalizamos la entrevista ya se había creado un relacionamiento bueno, lo que nos permitió indagar un poco más, llegando al punto en que él nos ofreció su ayuda si sacábamos el proyecto adelante, para realizar pruebas, recibir información e interactuar para lograr mejores productos y obtener referidos.

Anexo No 5

Entrevista No 5

FECHA: JULIO 8 DE 2009
RESTAURANTE: BERENJENA
BARRIO: BARRIO ESTRELLA
ENTREVISTADO: MARIA DEL PILAR JARAMILLO
ESTRATO: COMERCIAL

1. Queremos identificar si en el restaurante Berenjena estas utilizando compras frutas y verduras?

Si, si claro

2. En qué lugar las compras?

La fruta por lo general para jugo en concentrado lo compro en Fruggy por una razón, que tiene iva y nosotros como restaurante, yo soy de las pocas que tengo este tipo de restaurante casero con régimen común porqué? Porque yo atiendo las universidades, el instituto de cultura y turismo, porque tengo entidades muy grandes entonces por eso es que tengo que estar en régimen común y entonces son muy pocos los descuentos que tenemos entonces por eso consumo Fruggy, sin ser siempre las frutas las mejores porque digamos el mango a veces lo traen precocido o con un hervorcito y eso se nota.

3. Y en verduras?

En verduras compro el maicito pues ya como preparado

4. Y normalmente sin que vengan prelistas ni preparadas, consumes otras verduras en el restaurante?

Si, todas pero no prelistas

5. Y esas que compras dónde las consigues?

Me las suministra rapipapa o me las suministra fruggy, que son la zanahoria, la habichuela y el maicito. Cuando hago antipastos y todo, proceso la verdura como el encurtido y ya luego eso si lo hago yo, en general consumo muy poquito la verdura prelista.

6. Y a éste nivel me imagino que manejas ya unas cantidades, que digamos que lo que uno encuentra disponible en un supermercado en prelistos viene en pocas cantidades.

Primero pequeñas cantidades y segundo los costos son más altos, yo por ejemplo soy una que digo que no, o sea yo prefiero lo más que tenga listo, porque si uno se pone a ver la mano de obra y lo que implica... la gente no ve eso, yo llevo 10 años con éste y 15 con el restaurante entonces uno se da cuenta que finalmente los tiempos valen, el personal vale o puedes tu estar empleando esa persona en otra cosa que te represente más.

7. Y estas satisfecha con el servicio que te esta dando fruggy como proveedor de frutas y verduras

Si el servicio es excelente, hay otro que se llama Don Luis que es en Villamaría, no se si lo conozcas

No

De pulpa de frutas, están muy recién llegados acá, es excelente la calidad, excelente el servicio pero no tienen siempre la disponibilidad, esos son los que te llaman y dicen no... no tengo sino guanábana y tengo maracuyá

Y necesitas otra cosa

No o sea uno ya aprendió que necesita, la fruta y la verdura a mi me llega diario, no almaceno nada de eso, o sea yo no guardo en mi caso ni fruta ni

verdura yo solo almaceno grano, entonces este proveedor digamos la pulpa si es de los 8 días y se congela, pero la verdura no es la que yo vaya a usar en mi congelador para tener una verdura

Y además un inventario ay...perecedero

No ese no es perecedero porque si lo congelas

No la pulpa no, pero las verduras

O sea las que tu podrías demandarme son de congelar, o en cuáles están pensando ustedes?

8. No si, nosotros estamos pensando en unas presentaciones que ya vengan ajustadas a tu necesidad, por ejemplo si necesitas zanahoria en cuadritos ... en tiras con las cantidades y frecuencias que necesites, eso es lo que pretendemos identificar para poder analizar nosotros montar el negocio bajo los parámetros ajustados a la necesidad de cada restaurante Básicamente serían no pues la habichuela que no es muy usual, yo hago un gulasch o una sopita de verduras que le hecho un poquito de habichuela pero es la que más le guste, zanahoria si la consumimos mucho pero siempre en diferentes presentaciones y todo, hay una sopa que hacemos que es rayada pero tu con un procesador eso si no se justifica que lo... la de cuadritos que es la de la sopa

9. Y... esos proveedores pues que me queda la duda, como fruggy también te esta vendiendo las verduras?

No solamente las pulpas sino también la piña calada que eso si la compro que esa si no le paga, empezando por la basura que deja la piña, tienes que esperar 3 días para deshacerse de una basura, uno tiene que pensar en todo...

10. Y entonces dónde consigues la zanahoria?

Allá en fruggy venden zanahoria, habichuela y maicitos

Todo lo que tú necesitas

Y rapipapa también vende zanahoria, habichuela y maicitos o sea la verdura mixta que es zanahoria y habichuela, algunos le echan un poquito de papa y el maicito lo tienen rapipapa y lo tiene fruggy,

11. Ya prelistos como tú los necesitas?

El de rapipapa es un maíz importado de excelente calidad, ahí si fruggy no tiene nada que hacer frente a rapipapa y en precios pues tampoco es muy representativo que te vayas por fruggy un poquito más barato, no vale la pena frente a la calidad de rapipapa

Prioriza la calidad

12. Ellos cómo te hacen llegar la compra? Te la mandan al restaurante, tú la pides o tienes que ir por ella?

Absolutamente todo me lo entregan acá

13. Y haces entonces los pedidos diarios?

Lo mío... es muy variable porque depende de los eventos, entonces yo puede que el lunes sepa cuantos eventos tengo en la semana pero a mi perfectamente hoy me llaman y tengo mañana 50 almuerzos entonces... entonces por eso uno no almacena, no y ya son los supermercados o sea tengo los proveedores cuáles tengo que pedir el día anterior y cuáles puedo pedir el mismo día, ponle que el 80% los pido en el día y me llegan en 2 ó 3 horas excepto alpina que lo tengo que pedir con anticipación, fruggy hay que pedirlo con anticipación, de resto todos son de inmediato.

14. O sea que tienes buen servicio?

Perfecto, yo voy a mercaldas porque hay cosas que me gusta ver, la carne y pues como por la salida y porque siempre tiene uno que estar cosas como para el evento, pero sino a mi todo me llega acá.

A no excelente

15. Frente a ese prelisto consideras que la calidad de la fruta o verdura es diferente o cambia?

Si el producto congelado cambia, por ejemplo yo no sería una compradora de el, porque lo que yo te digo del maicito y si acaso por urgencia pero aquí la sopa pues jamás le echaría un prelisto, es que no es lo mismo el producto fresco que el producto ya congelado.

Prefieres procesarlo entonces...

Pero porque es pues muy mínimo como te decía cierto

Si por las mínimas cantidades

La piña ni se me ocurre comprar piña

La zanahoria como te digo que se usa acá en la sopa, en un procesador en 2 minuticos y en cuadritos es muy poquitico

16. De pronto el proveedor que te esta suministrando esas frutas y verduras que estas adquiriendo te da unos precios especiales, unos descuentos pues algún valor agregado diferente al normal.

Crédito, yo no acostumbro pero tengo la facilidad que si yo no estoy nunca me dejan de dejar el producto

17. Te dan cuánto tiempo para pagar?

Pues 20, 30 lo que yo quiera sino que yo no acostumbro unas carteras muy grandes, pero que yo juegue con unos 8 días o 15 días, pero ellos le dan a uno 30 días

Excelente

Sino que la facilidad de que yo no este pero que dejen el producto sin ningún problema

18. Y digamos dependiendo de los volúmenes que manejes en compras te regalan o te dan descuento en los productos que estas comprando?

No, pero me tienen presente en todas las promociones que hagan o me están avisando que producto esta más barato entonces yo programo los almuerzos con ese producto, es más de información. Igual uno siempre tiene un distribuidor directo que tiene un precio más barato que el supermercado, esa es una parte que....

19. Y cuál es el concepto que tú manejas pues ya individual como... Pilar que piensa frente a lo que significa un prelisto

No me gusta

Pero para ti que significa un prelisto de fruta o verdura

No me gusta es porque lo que te digo por los 2 motivos, primero porque no soy de almacenar y de tener... porque prelisto que es: que en el momento que lo necesite lo tengo listo, como yo planifico aquí lo que es mi almuerzo, esa parte de verdura la prefiero fresca... y no tanto yo, las empleadas no les gusta lo que viene. Claro que en esos 3 productos que te estoy nombrando no se nota mucho, pero claro que en la coliflor, en.. que más, pero en general para uno es una muy buena opción, claro que yo no se ustedes que piensan ofrecer. Yo hablo de los 3 que yo consumo

Claro de lo que tú consumes

Ustedes qué han pensado ofrecer?

Estamos enfocándonos como en zanahoria, alverja, estamos mirando las opciones con coliflor, apio... entonces estamos indagando eso también en el mercado de restaurantes para saber si tienen una buena acogida o no tienen una buena acogida.

Yo te digo por lo general uno los vegetales o nosotros vemos que la gente esta aprendiendo a comer mucho

Si claro, con lo Light, saludable

La verdad esta exigiendo mucho la verdura, entonces yo en lo que mas la ofrezco es en la ensalada, una habichuela cocinada no es mucho lo que la gente, o sea hay una mitad del mercado que ya aprendió y otra mitad del mercado que no, una remolacha bueno o una coliflor entonces yo que hago tengo 2 opciones entonces el volumen no es mucho y yo trato de saltear mucho la verdura y la verdura salteada si es mejor que no halla pasado por ningún proceso de agua para que conserve todas las vitaminas, y es diferente el sabor de un ... yo hago mucho la verdura pero salteada más no al vapor o con salsa de soya o poniéndole pues un saborcito y si cambia mucho el

Retomando entonces lo que tu piensas es que sería que el sabor y la calidad de las frutas y verduras prelistas sería diferente a frescos y los prefieres frescos para manejar el tema ya puntual digamos de las ensaladas y la preparación diaria del restaurante.

Si, claro que digamos en esas 3 no se nota mucho la diferencia pero ya es como la costumbre.

Si, como la forma de trabajar

Sobre todo por el almacenamiento, yo prefiero que me llegue por la mañana y el congelador guardarlo con otras cosas que no me traen por ejemplo como el helado la fuente como, pues otras cosas

Como la carne

También la manejo diaria y madurada, no y la carne pierde mucho congelada, en general las cosas congeladas pierden todas mucho sus propiedades.

20. Digamos si encontraras un proveedor en el mercado que te diera lo que necesitas con las calidades que necesitas con la frescura que quieres encontrar en el producto y digamos con las cantidades diarias estarías dispuesta a utilizarlo o no?

No creo y soy muy abierta a cambiar, pero en esto no, no veo como

Y por qué no?

Porque la necesidad mía es más del vegetal crudo, es lo que yo más uso y la sopa es una vez a la semana o sea no ameritaría, no sería un cliente potencial muy bueno para ustedes....

Muy pequeño

Pero los clientes pequeños también son muy buenos jajaja

Si detrás de un pequeño sigue uno grande, también es verdad

21. Y si quieres una zanahoria en cuadritos para la sopa y solamente necesitas 1 kilo y te la traemos cortadita y fresca porque la hicimos ese mismo día y te la traemos a las 11,10 de la mañana

Yo sería partidaria de comprarles eso pero crudo sin haber pasado por agua, eso si lo compraría crudo y empacado y ya preparado y quitada la venita y todo, pero no pasado por agua

Te ahorrarías el proceso, pero eso es un buen punto

Eso si lo compraría a ojo cerrado, el que ya haya tenido un precocido no lo compraría, no

Muy importante eso

Este es el primer restaurante que nos dice eso, me parece muy importante

Mira te digo, uno no cree y aquí las sopas tienen fama si tu ya haz pasado esa habichuela para un precongelado y haz pasado esa zanahoria haz dejado ese almidón y ese primer sabor que la gente no cree, ese es el casero y aquí las sopitas saben a lo que hacia mi mamá a lo que no se que..pero aquí ya comprobamos que es eso. Por afán lo hemos hecho con lo otro y no aquí no se hace nada de afán, ese primer hervor esa primera cosa que tu dejas en el primero es ese almidón que yo necesito para la sopa

Es lo mismo que los fondos que ahorita están de moda, el fondo lo tienes que hacer con la verdura casi con el mugre de la galería, como digo yo con la tierrita pues para no exagerar y dejar todo eso en esa mantequillita y en este y luego ponerla al horno, ahí esta toda la sustancia y si yo lo compro pre deje todo eso

Y yo que uso el caldo maggi en la casa jajaja

No y yo también lo uso porque hay cosas, el sabor del caldo maggi no lo reemplaza nadie.

Yo estuve el año pasado antes de empezar esta especialización en un curso de cocina en el sena y a uno le enseñan que uno no tiene que usar esos caldos maggi ni nada, sino que uno tiene que buscar esos fondos como hacer esos fondos y uno en la casa noooo, yo que soy ama de casa, trabajo, mamá, esposa, yo a que horas me voy a poner a hacer un fondo que se demora un mundo de horas...pues eso si queda delicioso, eso queda espectacular....yo no tengo tiempo de sentarme a hacer eso

No el caldo maggi es muy bueno, claro que hay una salsa que digamos que claro que el caldo maggi no lo reemplaza ese sabor no lo reemplaza con nada Yo pienso que de pronto si ustedes piensan en eso y de pronto pueden vender una base de una salsa, esos fondos sería muy buena opción concentrados

22. Y eso si resistirá el proceso de congelamiento y todo eso?

Si... es que no lo conozco se me esta ocurriendo en este momento, se podría vender en botella

Sería uno mirar con un ingeniero de alimentos esos procesos.

23. Y los fondos más usados cuáles serían?

El de verduras y el de carne pero ese si ya no seria competencia de ustedes ese si no lo compraría yo, porque ese de carne es más delicado una de miglas eso si ya tiene la gelatina que suelta de hueso o sea ese proceso si seria diferente, con ese no. Pero se me ocurre que ese fondo y hoy pensando en la buena nutrición

Muy interesante, me gustan esas ideas. Bueno yo creo que ya estamos como terminando...

24. Bueno digamos frente a la presentación del producto que te interesaría, digamos la zanahoria, cómo te gustaría verla?

Me gustaría todo transparente o sea nada sofisticado, digamos con un cristaflex digamos la que estoy diciendo que es la fresca sin procesar

O sea transparente cosa que tú puedas ver fácilmente el producto que tu estas comprando

No y si es crudo yo seria una posible consumidora de eso, pero no precocido pero el crudo si, yo hago mucho arroz hindú, mucho show my, hago mucho

esa verdura, pero tendría que ser solamente lavada y ahí si por ese lado si funciona yo, pues o sea ese es mi característica de la cocina

Tu diferencial también en el restaurante, esos son los toques que ya le dan a cada plato

Si yo pienso que es la calidad que no se ha cambiado y que llevamos ya 9 años y no nos vaya a quitar la sopita de pastas, no nos vaya a quitar la sopita de verduras, porque hay veces que cambio y que me pongo a hacer otras diferentes y hay no.. no.. no.. no, igual el cliente es el que te va diciendo que es lo que tú vas a hacer y llevamos los 9 años haciendo la misma sopa de pastas los jueves

No hay nada más rico que esa sopita caserita como lo que tu dices como el sabor de la abuelita de la mamá, yo no se

Las señoras llegan con frío y son pensando en esa sopita y se vienen detrás de esa sopita, rico el seco pero se vienen detrás de esa sopa.

No Pilar, pues prácticamente eso era lo que te queríamos preguntar

Espero que les haya podido servir y a la orden lo que necesiten eso si me encanta colaborarles con todos esos temas

Muchas gracias nos diste muy buenas ideas, la idea es aterrizar toda esta investigación para poder identificar si vale la pena en Manizales empezar con un negocio de ese estilo.

Bueno ya luego me dices que conclusiones han sacado y ojala.

ANEXO No 6

RETRATO VALIDADO

INFORMANTE No 5

FECHA: JULIO 8 DE 2009
RESTAURANTE: BERENJENA
BARRIO: BARRIO ESTRELLA
ENTREVISTADO: MARIA DEL PILAR JARAMILLO
ESTRATO: COMERCIAL

La entrevistada es una persona con mucha experiencia en el sector de restaurantes en Manizales, y muy abierta en cuanto a los aportes realizados en la entrevista, tanto así que dentro de la conversación surgió una idea de tener la opción de vender los fondos de verduras especialmente a los restaurantes, los cuales quizás pueden tener buena acogida.

Por lo que percibimos en la entrevista no le interesa mucho el tema de los prelistos debido a el hervor inicial que tienen ya que pierden gran parte del sabor, también piensa que el almacenaje de éstos congelados que es muy complejo al igual que sus empleadas ya que no les interesa trabajar con verduras prelistas. Hoy cuenta con muy buenos proveedores como Fruggy y Rapipapa, los cuales le suministran lo que necesite diario y con facilidades de pago a 30 días. Muy importante para ella tener proveedores legales que facturen ya que atiende eventos grandes de la alcaldía.

Profundizando un poco más en la entrevista, se percibe que la necesidad de frutas y verduras para su restaurante la tiene cubierta, cuenta con muy buenos proveedores que incluso le ofrecen producto de su interés en oferta

en algunas ocasiones, también se percibe que no tiene un interés importante en consumir especialmente las verduras prelistas, pues su experiencia le indica que esto cambia el sabor de los platos y por ende no está dispuesta a hacerlo.

Anexo No 7

Entrevista No 5

Cómo nos sentimos realizando la entrevista

En esta entrevista nos sentimos sorprendidas, pues encontramos una situación frente a las otras entrevistas, ya que los proveedores que usa de frutas y verduras son establecimientos comerciales registrados que le facturan y le llevan a domicilio los pedidos, con los cuales tiene una relación de muchos años que genera conocimiento y confianza de ambas partes.

La justificación que la entrevistada encuentra en tener estos dos proveedores está relacionado con el tema de facturación y los plazos de pago, lo que le permite tener un flujo de caja flexible.

Fue muy enriquecedora, porque pudimos analizar otras opciones que no se reflejaron en los demás entrevistados.

ANEXO No 8

MATRIZ DE OBJETIVOS Y ANÁLISIS DE VARIABLES

CUADRO OBJETIVOS

OBJETIVO	VARIABLES	FUENTES	CÓMO
Definir las razones y preferencias que los dueños o administradores del restaurante tienen para escoger el lugar en el que adquieren los insumos de verduras y frutas para preparar el menú.	Economía	Primaria	Entrevista
	Comodidad	Primaria	Entrevista
	Distancia o ubicación del proveedor	Primaria	Entrevista
	Calidad de los productos	Primaria	Entrevista
	Le dan una encima o una ñapa	Primaria	Entrevista
Identificar la creencia que tienen los dueños o administradores del restaurante frente a las frutas y verduras prelistas.	Más costosas	Primaria	Entrevista
	Duran menos	Primaria	Entrevista
	Se vuelven viejas de un día para otro	Primaria	Entrevista
	Pierden sabor y color	Primaria	Entrevista
Identificar los valores de los dueños o administradores de los restaurantes frente a las frutas y verduras prelistas .	Valores Generales	Secundarias	Información e investigaciones sobre conceptos de valores y tipos de valores.
	Valores de los dueños o administradores de los restaurantes	Primarias	Entrevista y Observación
Determinar los lineamientos estratégicos para la distribución y comercialización de los productos prelistos	Presentación de los productos prelistos	Primarias	Entrevista
	Frecuencia de compra de las frutas y verduras prelistas.	Primarias	Entrevista
	Frutas y Verduras prelistas que consumen con mayor frecuencia los restaurantes de la ciudad de Manizales	Primarias	Entrevista
	Cantidades	Primarias	Entrevista

ANÁLISIS LISTADO DE VARIABLES

LISTADO DE VARIABLES	PREGUNTAS	GUÍA DE OBSERVACIÓN
Economía	Usted en dónde compra las frutas y verduras para su restaurante?	Participante
Comodidad	Por qué escoge ese establecimiento? Qué es lo que más le gusta?	Participante
Distancia o ubicación del proveedor	Qué tan lejos esta ubicado su proveedor de frutas y verduras?	Participante
Calidad de los productos	Cómo le parece la calidad que le ofrece su proveedor de frutas y verduras?	Participante
Le dan una encima o una ñapa	Dependiendo de la compra que usted realice recibe descuentos o producto adicional gratis?	Participante
Más costosas	Usted que piensa de las frutas y verduras prelistas? A usted cómo le parecen las frutas y verduras prelistas?	Participante
Duran menos	Qué percepción tiene frente a la duración de una fruta o verdura prelista.... Picada como usted la necesita y en cantidades como las requiere	Participante
Se vuelven viejas de un día para otro	Qué piensa frente a la duración de las frutas y verduras prelistas?	Participante
Pierden sabor y color		Participante
Valores Generales		
Cantidades		
Definición de valores y clasificación de los valores	De la siguiente lista de valores cual considera que es el principal al momento de tomar decisiones?	Participante.
Valores más relevantes que influyen en el comportamiento de compra de los productos prelistos de frutas y verduras.	Cuál considera usted que es el valor que más influye en usted para la compra de frutas y verduras prelistas?	Participante.
Presentación de los productos prelistos	En el momento de adquirir productos prelistos cual sería la presentación y forma como lo adquiriría? Bolsa, caja, enlatado. Cortadas en julianas, en cuadros, en rodajas.	Participante.
Frecuencia de compra de las frutas y verduras prelistas.	Cuál sería la frecuencia (tiempo) en la que adquiriría los productos prelistos?	Participante.
Frutas y Verduras prelistas que consumen con mayor frecuencia los restaurantes de la ciudad de Manizales	Cuáles Frutas y verduras prelistas adquiriría para la preparación del menú de su restaurante?	Participante.
Cantidades	Qué cantidad de frutas y verduras prelistas considera que son las que se ajustan a los requerimientos de su restaurante?	Participante.

ANEXO No 9

MATRIZ DE ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS

PREGUNTA	Entrevista No. 1 Vino y Pimienta	Entrevista No. 2 Viva México Lindo	Entrevista No. 3 Chuzos al Carbón	Entrevista No. 4 Crepes Panorama
Usted en dónde compra las frutas y verduras para su restaurante?	"Estas las puedo conseguir en la Galería o igualmente si ya por tiempo no me queda bajo a Carulla, Igualmente tengo un convenio con un Fruver en Chipre el cual se encarga de conseguirme todo, yo simplemente hago el pedido o cuando estoy con tiempo yo mismo voy a la Galería".	"Pues yo los jueves por la mañana tempranito voy a la galería y en el sotano donde estan los distribuidores, los que le surten a los supermercados y todo voy y escojo los productos que necesito".	"Definitivamente todas las compras de estos productos las realizo en la Galería".	"Todas las compras de frutas y verduras las realizo en la Galería o Plaza de Mercado"
Por qué escoge ese establecimiento? Qué es lo que más le gusta?	"Porque allá mínimo dos o tres veces a la semana están llegando lo que son verduras y frutas entonces hay una rotación constante, entonces va a encontrar usted mayor frescura, e igualmente siempre me gusta el contacto con la plaza de mercado ya que es allá donde uno empieza a saber que es lo que uno quiere, entonces como les digo, las frutas, el solo aroma de todo eso me fascina. Me gusta hacerlo, sino tengo tiempo delego al Fruver de Chipre"	"Porque llegan los productos frescos o sea compro los productos frescos y puedo seleccionar mayor calidad y me sale más barato que comprarlos en un supermercado o con otro o sea que ya tenga mucho intermediario"	"Por costos y porque los productos son frescos, del campo llegan a la Galería y allí los adquirimos los consumidores"	"Lo escojo porque me parece que los productos que consigo en la galería son frescos y de calidad, además encuentro todo lo que necesito"
Qué tan lejos esta ubicado su proveedor de frutas y verduras?	"No mira acá somos privilegiados porque acá la ciudad es una ciudad pequeña, es una ciudad que tiene poco tráfico, es una ciudad que uno como restaurantero y como Chef se puede dar el gusto de ir casi a diario"	"Pues si tuviera que ir todos los día si, pero como es un día no más a la semana entonces pues si tuviera que ir todos los días que pereza ir la galería, pero como es un día no más. Hasta ahora lo he manejado bien, llevo 3 años haciendolo y me ha ido bien"	"Pues como yo no voy directamente hasta la Galería sino que realizo el pedido por teléfono la distancia no me afecta"	"Pues la verdad como en Manizales nada es lejos, entonces no tengo problema en desplazarme hasta este sitio"
Considera que los productos que le ofrece su proveedor de frutas y verduras son frescos, higiénicos, de sabor auténtico, empaque apropiado?	"Tienen muy buena calidad "	"Eso si le toca a uno llegar a limpiarlo y organizarlo pues, lo tiene que llegar uno a hacer el resto de la mañana, por ahí 2 horas limpiando y organizando, eso si pues. La presentación es normal... pues es de galería, no hay nada de ingeniería. Ah no como son frescos son de muy buen sabor"	"Si completamente, aunque hay que realizarle a algunos o a la mayoría limpieza y lavado son productos de excelente calidad y frescura"	"En cuanto a frescura indudablemente esto es lo que caracteriza los productos de la Galería, sin embargo tengo mis reservas respecto a los higiénicos y empaque apropiado, muchas veces, la mayoría, toca llegar de la Galería e invertir un buen rato en la limpieza de los alimentos porque no están limpios además no tienen un empaque que garantice esta limpieza"

PREGUNTA	Entrevista No. 1 Vino y Pimienta	Entrevista No. 2 Viva México Lindo	Entrevista No. 3 Chuzos al Carbón	Entrevista No. 4 Crepes Panorama
Dependiendo de la compra que usted realice recibe descuentos o producto adicional gratis?	"No ellos son muy queridos, el cilantro, entonces a mi por ejemplo me fian las peras, yo voy y cuando voy en la mañana que voy alrededor de 7 – 7:30 me tienen el desayunito"	"No, pues si uno pide ñapa cualquier cosa le hechan pero no una compra al precio que compra todo el mundo realmente"	"Uno creería que son precios buenos, como no voy personalmente no recibo beneficios"	"En algunas ocasiones y con determinadas personas, por lo general se utiliza más el tema de encima que de descuento, esta encima puede ser el cilantro o un poco más de un producto"
Usted que piensa de las frutas y verduras prelistas? A usted cómo le parecen las frutas y verduras prelistas?	"Es tener unas verduras limpias, de calidad"	"Pues yo me imagino que es como lo que venden en el supermercado que viene ya la zanahoria picadita organizada, las alverjas como esas bolsitas de empaçado en frio"	"Pues son productos listos para servir y la percepción que tengo es buena, todo depende del negocio que este manejando estos productos adicionalmente considero que es un negocio interesante"	"Pues me parecen una buena opción por la rapidez sin embargo pienso que pueden ser muy costosos"
Qué percepción tiene frente a la duración de una fruta o verdura prelista... Picada como usted la necesita y en cantidades como las requiere	"Pero por lo general esos son alimentos que duran 4, 5 días, usted puede estar tranquilo con una temperatura de 3 a 5 grados, en cuanto a verduras, en cuanto a pulpas yo siempre aconsejo a tenerlas en 5 o -17 grados, congeladas"	"Las veces que he manejado, de pronto lo único que he manejado ha sido mazorca dulce, es lo único que... a mi me ha ido muy bien, pues eso no tiene problema, no tiene ningún inconveniente en la cadena ni nada, uno llega y lo guarda en el congelador y va sacando lo que necesita"	"Lo que conozco es que son de larga duración y el sabor creería que no afecta ni se modifica por ser un producto prelisto"	"Pienso que su durabilidad es buena, sin embargo debe tener un proceso de refrigeración y congelado"
Qué piensa frente a el sabor de la verdura prelista?	"Yo soy de los convencidos de que los productos deben trabajarse al instante para conservar su sabor para realzar sus sabores,	"No, a mi no me parece lo que he manejado me parece que conservan bien la calidad"	"El sabor no debería cambiar, es más considero que no cambia, el sabor no se afecta".	"El sabor no debería cambiar, el que sea prelisto no significa que tenga conservantes, por lo tanto el sabor debería ser el msmo que de una verdura no prelista"
Qué piensa frente a la duración de las frutas y verduras prelistas?	"El hecho de que usted las mantenga bien conservadas le duran 3, 4 días no tiene ningún problema en que le vaya a cambiar su textura, o le vayan a cambiar el sabor, el color"	"No, a mi no me parece lo que he manejado me parece que conservan bien la calidad"	"Yo sé que como la compro ahora, corro el riesgo de perder producto al no consumirlo, con el prelisto como lo que quiero y cuando lo quiero"	"Pues como les dije en otra pregunta la durabilidad debe ser alta, simpre y cuando se conserve una cadena de frío para el producto"
Qué es lo que más valoras en el momento de tomar la decisión de compra?	"Tener unas verduras limpias, de calidad, cumplimiento único, que para mí es lo más importante, el cumplimiento y la calidad"	"Calidad, precio y la puntualidad sobre todo, para mi es básico eso, porque que uno sepa que a la hora que necesita cuenta con el producto y no que me digan si se lo voy a entregar y le toque a uno irse a última hora a la galería a comprar a la carrera para venir a prepara"	"Prelistos??? Pues son productos listos para servir y la percepción que tengo es buena, todo depende del negocio que este manejando estos productos adicionalmente considero que es un negocio interesante"	"Lo que más valoro, no sé a que se refieren, pues considero que algo importante es la calidad, que dichos productos los pueda tener cuando y a la hora que los necesite, y que sean muy frescos, en una sola palabra que sean oportunos"

PREGUNTA	Entrevista No. 1 Vino y Pimienta	Entrevista No. 2 Viva México Lindo	Entrevista No. 3 Chuzos al Carbón	Entrevista No. 4 Crepes Panorama	Entrevista No. 5 Berenjena	Entrevista No. 6 Cuezzo
Dependiendo de la compra que usted realice recibe descuentos o producto adicional gratis?	"No ellos son muy queridos, el cilantro, entonces a mi por ejemplo me fían las peras, yo voy y cuando voy en la mañana que voy alrededor de 7 – 7:30 me tienen el desayuno"	"No, pues si uno pide ñapa cualquier cosa le hechan pero no una compra al precio que compra todo el mundo realmente"	"Uno creería que son precios buenos, como no voy personalmente no recibo beneficios"	"En algunas ocasiones y con determinadas personas, por lo general se utiliza más el tema de encima que de descuento, esta encima puede ser el cilantro o un poco más de un producto"	"Crédito, yo no acostumbro pero tengo la facilidad que si yo no estoy nunca me dejan de dejar el producto Pues 20, 30 lo que yo quiera sino que yo no acostumbro unas carteras muy grandes, pero que yo juegue con unos 8 días o 15 días, pero ellos le dan a uno 30 días"	"De pronto me enciman el cilantro o alguna fruta adicional, la verdad no es tan representativo"
Cuál considera usted que es el valor que más influye en usted para la compra de frutas y verduras prelistas?	"Yo siempre he dicho que en la cocina, en los restaurantes, en los hoteles, todo lo que es el sector restaurantero, mientras usted pueda buscar y ser práctico, y buscar ahorrar tiempo y buscar tener calidad y estos productos se lo ofrecen, no hay ningún problema que lo aproveche uno, uno tiene que aprovechar eso"	"Que son costosos, pues así como... la verdad lo primero que digo yo es que es costoso, cierto?... de resto no me parecen ricos, más costosos de lo normal. Uno entiende ese manejo de esos productos por cadenas de frío, que hay que llevarlos refrigerados no es lo mismo"	"Son prácticos, permite que uno tenga ahorro, por ejemplo en personal, porque no necesita una persona que este realizando la labor de organizar la verdura y la fruta que se utiliza. Además lo que uno pida eso es lo que paga, el peso del producto no incluye ni la cáscara ni las pepas, por lo tanto estoy pagando por el producto como tal. Además es muy importante revisar el costo – beneficio que se tiene con estos productos"	"Valor... pues yo pienso que adquiriría esto para ahorrar tiempo y ser agil en la preparación de los platos, sin que esto influya en su sabor"	"Yo sería partidaria de comprarles eso pero crudo sin haber pasado por agua, eso si lo compraría crudo y empacado y ya preparado y quitada la venita y todo, pero no pasado por agua"	"Ahorro de tiempo definitivamente, ya que no tengo que destinar una persona a lavar, cortar y picar"
En el momento de adquirir productos prelistos cual sería la presentación y forma como lo adquiriría? Bolsa, caja, enlatado. Cortadas en julianas, en cuadros, en rodajas.	"Me gustaría por ejemplo, encontrarlas empacadas al vacío me parece una presentación bien exclusiva, o en cuanto herméticamente dependiendo, utilizando una forma de tarros pero es que sale muy costoso"	"Para mi no sería tan importante la presentación, es más importante para uno la puntualidad en la entrega y que tenga la mínima información, la fecha de vencimiento, de empaque y el momento de conservación y listo"	"Depende de la cantidad, de los productos y lo que necesito. Yo necesitaría primero realizar una revisión al interior de mi restaurante para determinar en realidad que necesito y como lo necesito"	"Con respecto al tema de presentación prefieren en bolsas empacadas al vacío, y la presentación varía esto depende de la fruta o la verdura, y del plato que vaya a preparar"	"Me gustaría todo transparente o sea nada sofisticado, digamos con un cristaflex digamos la que estoy diciendo que es la fresca sin procesar"	"Puede ser en bolsa transparente, que te permita ver el producto y muy importante con las fechas de vencimiento y demás recomendaciones tradicionales como Consuma en el menor tiempo posible"
Cuál sería la frecuencia (tiempo) en la que adquiriría los productos prelistos?	"Los negocios restaurantes somos negocios fluctuantes, hoy yo no pensé que me iba a venir nadie, hoy lunes, y mira tengo una mesa de siete, usted cuando menos piensa tiene el restaurante lleno y cuando más tenía pensado que se iba a llenar vacío, semanal"	"Semanal porque es que por un lado por organización de cuentas"	"Es muy relativo, como te dije en la respuesta anterior necesito revisar muy minuciosamente que es lo que necesita mi negocio"	"Pues yo realicé las compras generales de frutas y verduras dos veces a la semana, pero sería muy bueno tener flexibilidad y que se pudiera tener la opción de cuando uno lo necesite"	"Lo mio... es muy variable porque depende de los eventos, entonces yo puede que el lunes sepa cuantos eventos tengo en la semana pero a mi perfectamente hoy me llaman y tengo mañana 50 almuerzos entonces... entonces por eso uno no almacena, no ya son los supermercados o sea tengo los proveedores cuáles tengo que pedir el día anterior y cuáles puedo pedir el mismo día, ponle que el 80% los pido en el día y me llegan en 2 ó 3 horas excepto alpina que lo tengo que pedir con anticipación, fruggy hay que pedirlo con anticipación, de resto todos son de inmediato."	"La verdad depende mucho de los compromisos y eventos semanales, podría ser semanal"
Cuáles Frutas y verduras prelistas adquiriría para la preparación del menú de su restaurante?	"Hablando normal una semana pareja, me puedo gastar alrededor de 8 kilos de cebolla, 10 – 12 kilos de tomates, 3 o 4 cuartillas de papa, en plátano gasto exagerado porque yo hago láminas de plato, cebolla puerro también es exagerado lo que gasto me puedo gastar 5 o 6 puerros diarios, porque la hago frita y no me rinde y busco que me quede crocante, la hago dulce"	"El maíz, los picantes, la zanahoria, yo no se los champiñones hasta que punto resistan el congelado, y no se mucho, normalmente uno los manejan frescos, la cebolla porque nadie congela cebolla pero uno, yo digamos soy una de las que digamos esa cebolla en rama la manejo congelada y aliña mucho claro y no se me daña, yo manejo mucha cosita congelada mejor dicho y no se me daña."	NO APLICO	"Muchas, manejo varios platos con verduras, ofrezco jugos naturales y tengo una barra de ensaladas, entonces no puedo decirte cuales serían las frutas y verduras que compraría"	"Si es crudo yo sería una posible consumidora de eso, pero no precocido pero el crudo si, yo hago mucho arroz hindú, mucho show my, hago mucho esa verdura, pero tendría que ser solamente lavada y ahí si por ese lado si funciono yo, pues o sea ese es mi característica de la cocina"	"Pues básicamente zanahoria, brocoli, tomate de aliño, cebolla cabezona, eso es como lo básico y esporádicamente verduras. En cuanto a frutas me interesa la pulpa de lulo, feijoa y mora"
Qué cantidad de frutas y verduras prelistas considera que son las que se ajustan a los requerimientos de su restaurante?	"Lo que uno necesita es un proveedor es que como te digo el proveedor es el socio de uno como hay días que le va bien a uno entonces el día que le vaya mal te diga hoy no le voy despachar, así sea pa un paquete de zanahorias, es que lo que uno busca es el servicio, es más yo lo que busco más que economizar plata es calidad, entonces el precio no sería la variable más relevante"	"Por decir algo 6 libras de champiñones a la semana, la zanahoria 2 kilos semanal, así.... 6 kilos de cebolla"	NO APLICO	"En este momento no tengo esa respuesta, el negocio de restaurantes es muy cambiante, sin embargo yo voy a la Galería dos veces a la semana"	"Lo mio... es muy variable porque depende de los eventos, "	"Vieras que eso es variable dependiendo de los compromisos y eventos semanales"

PREGUNTA	Informante No. 1	Informante No. 2	Informante No. 3	Informante No. 4	Informante No. 5
Usted en dónde compra las frutas y verduras para su restaurante?	Galeria	Galeria	Galeria	Galeria	Fruggy y Rapipapa
Por qué escoge ese establecimiento? Qué es lo que más le gusta?	Frescura	Frescura Calidad	Costos Frescura	Frescura Calidad Variedad	Facturan con IVA
Qué tan lejos esta ubicado su proveedor de frutas y verduras?	No es lejos	Si es lejos	Pedido por teléfono	No es lejos	Pide domicilio
Considera que los productos que le ofrece su proveedor de frutas y verduras son frescos, higiénicos, de sabor auténtico, empaque apropiado?	Calidad	Hay que limpiarlos Frescos Buen sabor	Hay que limpiarlos Calidad Frescura	Hay que limpiarlos Calidad Ausencia de Empaque	En las frutas Fruggy (pulpas) no son las mejores, se nota el hervor del mango

PREGUNTA	Informante No. 1	Informante No. 2	Informante No. 3	Informante No. 4	Informante No. 5
Dependiendo de la compra que usted realice recibe descuentos o producto adicional gratis?	No el cilantro Desayuno	Si pide le dan cualquier cosa	No	Si encima	Crédito plazo a 30 días
Cuál considera usted que es el valor que más influye en usted para la compra de frutas y verduras prelistas?	Ahorrar tiempo calidad	Tener Costosos	Ahorro tiempo No tiene desperdicios	Ahorro tiempo	Verdura cruda sin pasarla por agua
En el momento de adquirir productos prelistos cual sería la presentación y forma como lo adquiriría? Bolsa, caja, enlatado. Cortadas en julianas, en cuadros, en rodajas.	Al vacío	Fecha de vencimiento Momento de conservación	No sabe	Al vacío	Transparente - cristaflex
Cuál sería la frecuencia (tiempo) en la que adquiriría los productos prelistos?	No se es un negocio fluctuante. Semanal	Semanal	No sabe	Dos veces a la semana	Depende de los eventos semanales

PREGUNTA	Informante No. 1	Informante No. 2	Informante No. 3	Informante No. 4	Informante No. 5	Informante No. 6
Cuáles Frutas y verduras prelistas adquiriría para la preparación del menú de su restarurante?	Semanal: 8 Kilos de cebolla, 10 ó 12 kilos de tomates, 3 o 4 cuartillas de papa, exagerado de platano y 5 o 6 puerros diarios	Maíz, picantes, zanahoria, champiñones, cebolla en rama	NA	Todas	Verduras para el arroz hindu y show my	Verduras: zanahoria, brocoli, tomate de aliño, cebolla cabezona y pulpas de fruta: lulo, feijoa y mora
Qué cantidad de frutas y verduras prelistas considera que son las que se ajustan a los requerimientos de su restaurante?	El proveedor es el socio Uno busca el servicio y la calidad	6 libras de champiñones a la semana, 2 kilos de zanahoria, 6 kilos de cebolla	NA	Variable	Variable, depende de los eventos	Variable