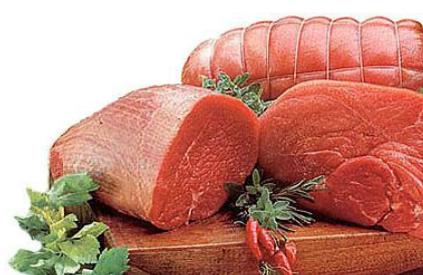




ESCOLA NACIONAL DE SUPERMERCADOS
Centro de Referência Tecnológica

ESCUELA NACIONAL DE SUPERMERCADOS
Centro de Referencia Tecnológica

SECCIÓN CARNES
Manual del Alumno



Creación:



Apoyo:



Traducción:



MARIA DE FÁTIMA PINHEIRO BRAGA

SECCIÓN CARNES
MANUAL DEL ALUMNO

ABRAS – ASOCIACIÓN BRASILEÑA DE SUPERMERCADOS
2002
SÃO PAULO
4ª EDICIÓN

© 2001 Maria de Fátima Pinheiro Braga

En los términos de la ley que protege los derechos autorales, es prohibida la reproducción total o parcial, tal como la producción de libros a partir de este manual, de cualquier forma o por cualquier medio electrónico o por medio de procesos xerográficos, de fotocopia o grabación, sin permiso, por escrito, del autor y del editor.

Reservados todos los derechos de publicación, total o parcial, por la ABRAS – Asociación Brasileña de Supermercados.

Coordinación general: Nino Feoli Aneli

Co-autora: Mariangela Pavanelli Davini

Investigación: Vanda Frutuoso

Revisión: Lygia Pelliser de Moraes

Diagramación: Integração Consultoria & Treinamento

Traducción y adaptación al español: Valentin de Almeida

B792s BRAGA, Maria de Fátima Pinheiro, 1955
Sección carnes: Manual del Alumno / Maria de Fátima Pinheiro
Braga. – 4ª ed. – São Paulo: ABRAS, 2002

ISBN 85 - 87717 - 04 - 9

1 Carnes 2 Manual del Alumno 3 Supermercados I
ABRAS – Asociación Brasileña de Supermercados II Título

CDD 658.878

Índices para catálogo sistemático:

1. Supermercados. Hipermercados: 658.878

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
COMPRA	7
PROVEEDOR	10
PEDIDOS	11
RECEPCIÓN	12
ALMACENAMIENTO	13
PROCESAMIENTO	14
REPOSICIÓN	15
PORCINOS	18
PEDIDOS	23
AVES	27
HIGIENE	30
ATENCIÓN AL CLIENTE	35
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	39
GUÍA DE OBSERVACIÓN	41

1. Introducción

PARTICIPACIÓN DE LA SECCIÓN DE CARNES EN EL CONTEXTO DE UN SUPERMERCADO

- El área de percederos de un supermercado, si bien operada participa con un porcentaje expresivo en las ventas de la tienda.
- La sección de carnes, como parte de esta área, está entre los sectores de mayor porcentaje de ventas.
- Las formas de operación de la sección de carnes en el supermercado son tan variadas cuanto la localización y el tamaño de los locales, tan diversas cuanto los niveles de exigencia de los clientes. Hay diferencias entre el hipermercado y el supermercado, entre las tiendas de pequeñas y grandes ciudades.
- Las filas, por ejemplo, son algo detestable para la mayoría de los consumidores. Así, la tendencia de transformación de servicio para autoservicio puede ser sentida también en las tiendas de pequeño porte.
- No se puede poner en duda la importancia estratégica de la sección de carnes, pero es necesario cuidado: tanto atrae, como puede ahuyentar al cliente si no es operado con calidad.
- La carne es un producto de consumo casi diario y, como el pan y la leche, lleva personas a la tienda con gran frecuencia. La capacidad de generar tráfico de clientes es, pues, una de las principales virtudes de esta sección.
- La obtención de buenos resultados en la sección de carnes depende de varios factores, como: tipo de servicio, variedad y calidad de los productos ofrecidos al consumidor, limpieza e higiene perfecta de las instalaciones, equipamientos y funcionarios. Depende también de un equipo de profesionales bien entrenados y atentos.
- La sección de carnes debe estar en sintonía con la evolución del mercado, como también con las exigencias cada vez más crecientes por parte de los consumidores.

Con respecto al tipo de servicio, podemos distinguir dos segmentos diferenciados en la sección de carnes:

- Autoservicio
- Servicio (atención en mostrador)

CARACTERÍSTICAS DEL AUTOSERVICIO

- Elimina las filas
- Proporciona una exposición más agresiva y atractiva de los productos
- Ofrece surtido variado con gran opción de cortes
- Posibilita la formación de stock en las horas de menor flujo de clientes para las horas de mayor flujo de ventas
- Permite exposición más ordenada (ejemplos: piezas enteras, cortes tradicionales, cortes especiales de trasera, cortes especiales de delantera, menudencias, porcinos y aves)
- Agrega mayor valor a los productos, posibilitando un mejor margen comercial por la flexibilidad y un mix mayor de cortes
- Exige mayor profesionalización del equipo, adecuando los cortes a los tipos de tienda y clientela
- Exige rigor en la limpieza e higiene general, para que no haya alteración en el color y en el olor de los productos expuestos
- Practicidad
- Minimiza las mermas

CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO (ATENCIÓN EN MOSTRADOR)

- Atención personalizada, permitiendo un trato más cercano con el cliente
- Entrenamiento específico de atención personalizada: higiene, presentación personal y atención correcta a todos los niveles de clientes
- Reglas rigurosas en la presentación de los productos para evitar contaminación cruzada (ejemplo: carne vacuna en contacto con menudencias, pollo y cerdo)

- Reglas rígidas también de higiene en el manipuleo, pues en temperatura ambiente, los riesgos de contaminación, incidencia de olores desagradables y moscas, son mucho mayores
- Variedades limitadas de cortes
- Exige mayor creatividad para la exposición
- Obtención de margen comercial dificultada por el mix reducido de cortes



2. Compra

La compra es el paso inicial e importante para lograr buenos resultados en la sección de carnes, una vez que las metas buscan atender de la manera posible las expectativas del consumidor y obtener una rentabilidad satisfactoria.

La elección del proveedor y los pedidos son puntos decisivos para una buena comercialización y las opciones de compra son la carne con hueso (carcazas: delantera, trasera y costilla) y la carne deshuesada (rabadilla, carnaza, bola de lomo, lomito, entre otros).

CARNE CON HUESO: VENTAJAS Y DESVENTAJAS

Ventajas:

- Puede exigírsele al proveedor carcazas estandarizadas en peso
- A través de inspección visual en la recepción se puede detectar el nivel de acabado, limpieza de sebo y sangría
- Es posible detectar el nivel de contaminación por la alteración del color y olor de las mismas
- La cobertura de grasa y la apertura del hueso de la nalga permiten verificar si la carcaza es de buey o de vaca

Desventajas:

- Exige un mayor cuadro de funcionarios con un equipo de profesionales para el deshueso
- Necesita de mayor espacio de almacenamiento y cámara de huesos y sebo
- El nivel de contaminación es mayor, ocasionado por el contacto directo de varios puntos contaminantes. Ejemplo: contacto de la carrocería del camión, de cargadores, piso y paredes de cámaras y contactos de deshuesadores, manos y cuchillos.
- Eso proporciona una vida útil mucho más corta del producto
- Dificulta las promociones, pues los cortes que no sean destinados a la promoción sobrarán en el sector

- Imposibilita el mantenimiento de un surtido completo durante todo el día, pues las mejores carnes son las primeras a ser vendidas, quedando cortes de menor calidad casi como una venta forzada
- Dificulta el control de pérdidas relacionadas el deshuese, como por ejemplo pedazos de carne que permanecen en el hueso y en el sebo después del retiro de las piezas
- Exige mayor inversión
- Aumenta el riesgo de accidentes de trabajo

CARNE DESUESADA: VENTAJAS Y DESVENTAJAS

Ventajas:

- La calidad del producto es preservada, una vez que la carne deshuesada viene envasada en cajas de cartón reforzadas, manteniéndola intacta durante el transporte y almacenamiento. Debe ser dada preferencia a las cajas de cartón blancas y reforzadas, que sean de buena calidad.
- La vida útil de la carne deshuesada es muy superior a la de la carne con hueso, en virtud del tipo de embalaje utilizado, es decir, al vacío (del tipo cryovac) proporcionando adherencia perfecta al producto y con ausencia de oxígeno.
- Proporciona optimización del espacio pues exige un área menor para una calidad muy superior de productos
- Posibilita el control de stock por las fechas impresas en las cajas
- Posibilita la venta de los cortes de acuerdo a la venta. Ej.: tienda que vende más Carnaza, compra más carnaza; la que vende poca Bola de Lomo, compra menos Bola de Lomo. Los locales situados en áreas de mayor poder adquisitivo, donde se vende más lomito, por ejemplo, deben comprar más lomito.
- La contaminación del producto es mucho menor, pues luego de ser envasada solamente el manipulador colocará las manos en el producto, evitando los varios puntos de contaminación en el embarque, transporte, desembarque y cámaras
- Inhibe los fraudes en el pesado de los cortes

Desventajas:

Prácticamente no hay desventajas en la comercialización de carne deshuesada. Puede existir alguna dificultad en la inspección visual de todas las cajas, que contienen el producto.

Importante:

Tanto en la carne con hueso como en la deshuesada se debe tener mucho cuidado con relación a la temperatura de los productos y su procedencia. Los sellos de verificación de los organismos pertinentes son imprescindibles para asegurar la calidad y seguridad sanitaria de los productos.

No confundir:

Carne refrigerada, deshuesada y envasada al vacío con carne madurada. La carne madurada resulta del proceso de maduración que consiste en mantenerla al vacío en temperatura de 0° C por, como mínimo, 15 días a partir de la fecha de producción. Luego de ese proceso, la carne se queda más tierna y sabrosa.

3. Proveedor

La elección del proveedor es un aspecto importante para el buen desempeño de la sección y depende de observación atenta respecto a:

- Procedencia del producto ofrecido: control de los organismos pertinentes
- Temperatura (0° C a 7° C)
- Calidad
- Variedad
- Frecuencia de entrega
- Plazo de pago
- Precio
- Grado de compromiso

4. Pedidos

Los pedidos deben ser coherentes con las características de cada región, con la venta del supermercado y la frecuencia de entrega. Al hacer el pedido, el responsable debe siempre considerar:

- Preferencia del cliente
- Competencia
- Estacionalidad (época)
- Día de la semana / mes
- Promociones
- Rotación (carne refrigerada / fresca es de uno a dos días)
- Validez y durabilidad (carne con hueso cerca de 3 días y carne deshuesada envasada al vacío aproximadamente 30 días)

5. Recepción

Los procedimientos en la recepción inciden directamente en la calidad ofrecida al consumidor y en la rentabilidad de la sección.

En la sección de carnes todos los productos son altamente perecederos, por lo tanto, deben tener prioridad en la descarga.

Al recibir la mercadería, algunos puntos importantes deben ser observados, tales como:

- Limpieza e higiene del vehículo transportados (interna y externa)
- Acondicionamiento del producto en el vehículo
- Refrigeración adecuada en el vehículo
- Higiene y vestimenta de los cargadores
- Calidad del producto:
 - Aspecto
 - Coloración
 - Olor
 - Tipo de carne
 - Cantidad de sebo y grasa
 - Color de la grasa
 - Temperatura
 - Validez
 - Peso de las piezas entregadas

No olvidar de:

- Verificar los datos de la factura con los del pedido
- Comprobar que las balanzas estén calibradas
- Verificar si el camión no apagó el equipo de refrigeración

6. Almacenamiento

La temperatura en las cámaras debe ser mantenida de acuerdo con los estándares exigidos por los organismos de control sanitario.

• Cámara de congelados:

Es específica para conservar los productos congelados. La temperatura debe estar a 18° C negativos o en acuerdo a la recomendación del proveedor. La limpieza general debe ser realizada una vez al mes.

Las piezas deben estar, como mínimo, 20cm por encima del piso preferentemente en paletas de plástico.

Las piezas que lleguen primero deben salir primero, evitando de esa manera el almacenamiento de productos viejos (sistema FIFO: primero que entra es el primero que sale).

Apilado máximo ideal: 8 cajas

Cuidado para no colocar productos por encima o en frente al vaporizador.

• Cámara de refrigerados:

Es donde se mantiene los productos refrigerados. La temperatura debe ser de hasta 5° C positivos.

La limpieza debe ser diaria.

Las mercaderías refrigeradas deben recibir el frío por todos los lados, no debiendo estar arrimadas entre sí o a las paredes. Productos extraños al sector pueden contaminar la carne en la cámara.

Aquí, también se debe retirar para comercialización inicialmente los productos que llegaron primero (sistema FIFO).

7. Procesamiento

A) Sala de manipuleo:

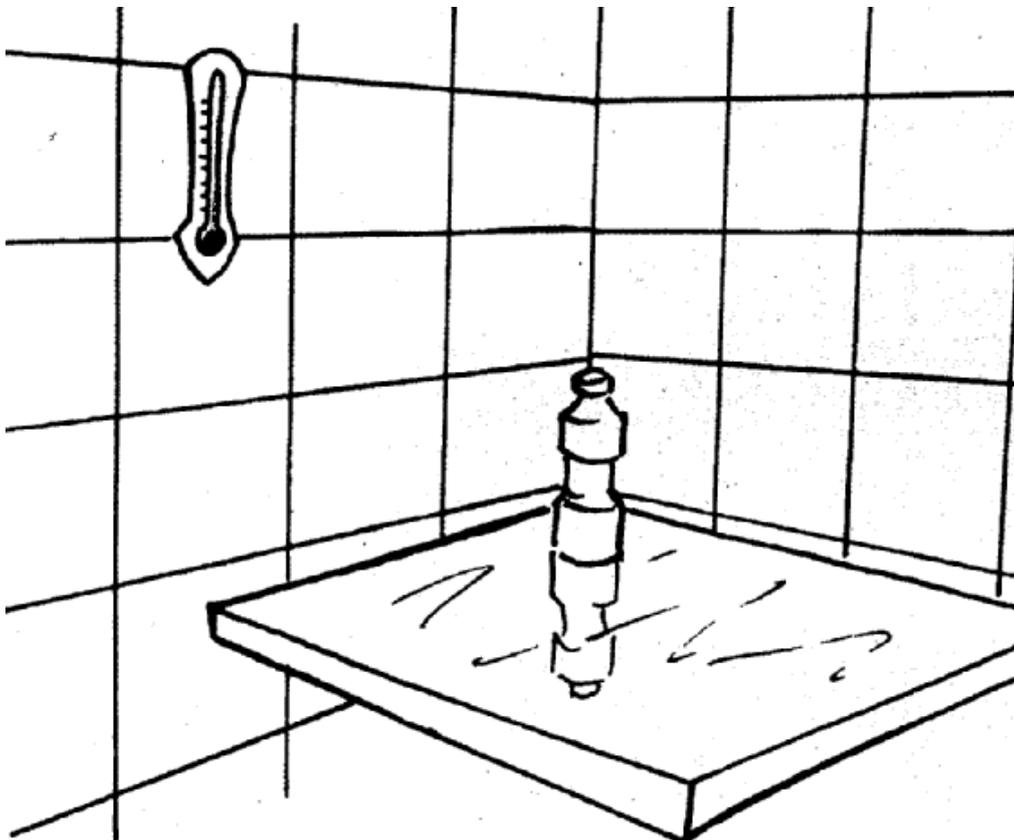
Es donde se procesan el deshueso, los cortes tradicionales y especiales, el envasado y la identificación. En algunos locales esta sala es climatizada, con temperatura constante entre 10° C y 12° C positivos.

Las paredes deben estar revestidas con, por lo menos, dos metros de altura, en el caso de azulejos o hasta el techo con revestimiento especial, sin rajaduras o sin revoque, donde se puedan alojar focos de contaminación.

La higienización debe ser rigurosa, para evitar la contaminación de la carne.

La limpieza de esta sala debe ser diaria.

La sala de manipuleo debe estar aislada de las demás áreas.



8. Equipamientos

B) Equipamientos:

- **Sierra eléctrica**

Este equipamiento debe ser usado esencialmente para cortar huesos. Al usar la sierra es obligatorio el uso de protectores de seguridad para evitar accidentes. La limpieza debe hacerse dos veces al día, por lo menos, y preferentemente luego de cada utilización.

- **Picador (molidor):**

Es usado para moler carne.

El uso del dispositivo de seguridad para manos es obligatorio para evitar accidentes.

La limpieza debe ser diaria si estuviera en local climatizado, y cada vez que se cambie el tipo de carne a ser molida. Ejemplo: de carne vacuna a porcina.

En temperatura ambiente es aconsejable hacer la limpieza a cada dos horas. Nunca guardar el cabezal de la máquina sin desarmarlo y hacer la higienización.

- **Ablandadora (tiernizador):**

Utilizado para ablandar bifés.

Al manipularlo es obligatorio usar protector, no debiendo utilizarlo usando gancho o guante.

La limpieza debe ser diaria, en el cambio de tipo de carne y a cada operación.

- **Placa de altileno (“tabla”):**

Es utilizada para el fraccionamiento de las carnes y debe estar apoyada sobre una mesa de acero.

Su limpieza e higienización deben ser constantes.

C) EPI – Equipamiento de Protección Individual:

- **Saco, guantes térmicos y botas**

Deben ser usados siempre al entrar en cámaras frías, para evitar problemas de salud.

Su utilización es obligatoria.

- **Guantes de acero o Uñas de gato**

Son utensilios para la protección de las manos en el manipuleo de la carne.

Luego del uso, efectuar la limpieza y la higienización.



D) Utensilios:

- **Cuchillos**

Existen cuchillos diferentes para el deshueso y para el corte de las carnes.

Ambas deben estar bien afiladas para tener un buen rendimiento.

Los mangos de los cuchillos deben ser de altileno o material lavable y higienizable.

Luego del uso, efectuar la limpieza y la higienización.

- **Amolador**

Es el instrumento utilizado para afilar los cuchillos.

Debe ser limpio e higienizado periódicamente.

- **Bandejas expositoras**

Son utilizadas para acondicionar los productos en el mostrador o cámaras.

Deben ser adecuadas a los equipamientos de exposición, de manera a no interferir en la circulación del aire frío.

Deben ser de material que no sea aislante térmico. Ejemplo: inox, plástico y acrílico.

E) Productos para limpieza:

Los productos que pueden ser utilizados en la limpieza de instalaciones, equipamiento e utensilios son:

- Lavandina
- Jabón neutro
- Detergente bactericida

No pueden ser usados productos aromatizados que transmitan sabor y olor a la carne.

9. Exposición

La buena exposición promueve la venta por impulso. Por lo tanto, el aspecto de la carne debe ser atractivo.

La durabilidad de las piezas en exposición en el mostrador, está directamente relacionada con la limpieza e higienización del sector, de los manipuladores y de los equipamientos que tienen contacto directo con el producto, como mesas, cuchillos y bandejas.

Cuanto mejor la higiene, mayor la durabilidad de los producto y mejor el aspecto visual como brillo y color.

La mezcla de carnes en la exposición, como vacuna, porcina y de aves es prohibida por la fiscalización de salud, pues contribuye para la deterioración más acelerada de las carnes, a través de contaminación cruzada.

Las piezas que sean retiradas del mostrador para ser cortadas deben volver al mostrador inmediatamente después de que el cliente sea atendido.

Cabe recordar que es prohibida la utilización de adornos en la exposición, en el mostrador o bandejas, en contacto con el producto. Ejemplo: adornar con lechuga, tomate, perejil y otros.

MOSTRADOR DE ATENCIÓN

Local donde se realiza la atención a los clientes y la exposición de los productos.

El abastecimiento debe atender solamente la exposición y no al almacenamiento.

Los equipamientos deben proporcionar a los productos una temperatura promedio de 7° C positivos.

La limpieza debe ser diaria y la higienización deber ser hecha, por lo menos, a cada tres días.

Para promover la higienización, se debe apagar el equipamiento, retirar toda la mercadería y trasladarlas a las cámaras refrigeradas, cubrir los ventiladores y los dispositivos eléctricos con bolsa plástica y lavar con solución de agua sanitaria y agua a baja presión. Secar muy bien los equipamientos, volver a prender, y solamente después de que alcance la temperatura correcta volver a cargarlos con las mercaderías.

En este mostrador es necesario tener en cuenta algunos puntos importantes, como:

- Cantidad (compatible con la venta)
- Calidad (plazo de validez)
- Aspecto visual del producto (color, olor, entre otros)
- Rotación (ciclo de venta)
- Layout

MOSTRADOR DE AUTOSERVICIO

Es el local donde se hace la exposición para la venta de los productos ya envasados y con precio.

Este mostrador tiene por finalidad única la exposición de los productos y nunca su almacenamiento.

La temperatura debe ser de hasta 5° C positivos y la higienización debe ser diaria, con limpiezas periódicas durante el día.

Esa limpieza debe ser hecha en los vidrios y divisorias, eliminando eventuales acumulaciones de sangre y retirando las embalajes violadas.

En este mostrador el producto debe venderse solo y los puntos a ser observados son:

- Cantidad

Compatible con la venta (días de poco movimiento, menos productos expuestos – una “cara”; días de mayor movimiento, más productos expuestos – dos “caras” o más).

- Informaciones al cliente

Los productos expuestos deben contener todas las informaciones al cliente, como fecha de producción, fecha de validez, tipo de corte, tipo de carne de cada corte, temperaturas de conservación, precio por Kg y precio unitario de la bandeja, como también informaciones de precios en los flejes del mostrador e informaciones obligatorias como el sello de control de los organismos pertinentes.

- Manipuleo

Los cortes para autoservicio exigen mayor manipuleo y por eso la higiene debe ser muy rigurosa para que haya alteraciones en el color de los productos y su durabilidad sea la mayor posible evitando pérdidas por deterioración.

- Rotación

La reposición debe respetar la rotación del producto. Productos con mayor rotación deben tener mayor exposición (2 o 3 “caras”), productos con menor rotación, menor exposición (1 “cara”). Al momento de colocar las bandejas en el mostrador, se debe colocar las bandejas ya expuestas hacia delante y poner las nuevas hacia atrás.

- Layout

La presentación debe hacerse por categorías para no confundirle al cliente. Ejemplo: piezas de trasera tradicional, trasera especial, delantera tradicional, delantera especial, porcinos, menudencias y aves.

Los productos expuestos deben atender a toda clase de cliente, cantidades mayores para familias más grandes, cantidades menores (5 y 6 bifes) para una pareja, por ejemplo.

Se debe verificar constantemente la temperatura del mostrador.

MOSTRADOR DE CONGELADOS

Es el local donde se exponen los productos congelados para la venta.

La temperatura debe estar entre 23° C e 18° C negativos.

La limpieza e higienización deben ser semanales.

Tal como en el mostrador de autoservicio, se debe observar los siguientes aspectos:

- Cantidad (compatible con la venta)
- Calidad (precio, plazo de validez, productos descongelados deben ser retirados y su reposición efectuada)
- Aspecto visual del producto (color, olor, embalaje, presentación)
- Rotación (ciclo de venta)
- Layout

CORTES ESPECIALES DE CARNE

La estructura de variedad debe ser elaborada de acuerdo a la ubicación de la tienda.

En áreas donde el poder adquisitivo es más elevado, se puede dar preferencia a los cortes especiales, como lomito, tapa de cuadril, colita de cuadril y otros más elaborados.

En tiendas donde el poder adquisitivo de los clientes es menor, se debe dar preferencia a cortes derivados de carnes con precios más accesibles, como carnaza de segunda, bola de lomo, etc.

Eso debe ser considerado para que los cortes tengan una rotación rápida y no se queden mucho tiempo en el mostrador.

CORTES CON HUESO:

- Bife angosto
 - T-Bone
 - Chuleta

CORTES SIN HUESO DE TRASERA

- Lomito
 - Medallones
 - Strogonoff
 - Chateaubriant
 - Tornedos
- Rabadilla
 - Bife de rabadilla
 - Colita de cuadril
 - Baby beef
- Entrecot
 - Bifes
 - Entrecot
- Bola de Lomo
 - Bifes

CORTES SIN HUESO DE DELANTERA

- Pecho
 - Pecho tradicional
 - Pecho especial
 - Pecho cortado
- Aguja
 - Aguja tradicional
 - Picaditos
 - Cubos para sopa

- Costilla
 - Costilla en tira
 - Costilla especial
 - Costilla cortada

- Carnaza Negra
 - Bife tradicional
 - Bife Paris
 - Strogonoff
 - Brochette
- Carnaza Blanca
 - Milanesa
 - Bife rolé
 - Bife a la plancha

- Peceto
 - Carne pisada

- Paleta
 - Bife
 - Milanesa
 - Muchachito

- Músculo
 - Picadito

10. Porcinos

La carne de cerdo refrigerada aún mantiene menor representatividad en las carnicerías y supermercados, quedando el mayor volumen de comercialización para el área de congelados. En la versión congelados la venta generalmente es hecha con productos ya envasados por la industria, tales como: lomo y pierna, debiendo ser expuesto y vendidos en los mostradores de congelados.

En cuanto a la comercialización de la carne de cerdo refrigerada, se debe estar siempre atento a la evolución de este tipo de producto y principalmente al potencial de crecimiento en las ventas.

El porcino, que anteriormente era criado en pequeñas propiedades, tenía su carne comercializada, generalmente, en las ferias libres y mantenía sus características bien distintas. La carne de cerdo era vista como “peligrosa” y con un contenido de grasa muy elevado, manteniendo bajo rendimiento en la relación carne/panceta.

Actualmente, la crianza es hecha por grandes productores y cooperativas, con perfecto acompañamiento y control en lo que se refiere a la sanidad e higiene de los animales, proporcionando una carne altamente saludable y atractiva.

Características de comercialización

Gran parte de las características de compra, transporte, almacenamiento y comercialización de porcinos es muy similar a las prácticas con carnes vacunas.

He aquí algunas características que son específicas para el tratamiento de la carne porcina.

PROVEEDOR

En la elección del proveedor se debe tener en cuenta algunos aspectos importantes como:

- Procedencia del producto ofrecido: control de los organismos pertinentes
- Refrigeración adecuada durante el transporte
- Variedad en el surtido ofrecido (carcazas completas y cortes suplementarios*)
- Frecuencia de entrega
- Plazos de pago
- Precios

*Cortes suplementarios:

- Lomo
- Carré
- Costillita
- Pierna
- Paleta

RECEPCIÓN

Es necesario prestar mucha atención al momento de recibir las carcazas, dando preferencia a las que tengan las siguientes características:

- Estar limpias y depiladas, con ausencia total de pelos (el pelo es un agravante para la contaminación y deterioración de la carne)
- No contener grasa en rama, papada, orejas y manos
- No presentar líquidos en la superficie del cuero (examinar rodillas y pies), que tampoco deben tener alteración de color verdoso.
- Se debe aumentar la atención sobre la temperatura
- Es importante visitar el proveedor y conocer sus instalaciones

Con relación a los demás aspectos de la comercialización de la carne de cerdo, como pedidos, almacenamientos, exposición, proceder conforme lo mencionado para carnes vacunas.

PROCESAMIENTO

El corte de la carne porcina debe hacerse, preferentemente, en mesa específica y separada de otras carnes. Cuando eso no sea posible, higienizar muy bien la mesa y los utensilios, antes de manipular otros tipos de carnes, para evitar la contaminación cruzada.

Cuando los cortes sean con hueso, proceder al raspado del polvo de hueso con un cuchillo, espátula o equipamiento específico (raspador de hueso).

EXPOSICIÓN

El mostrador de atención se limita a los cortes tradicionales de porcinos, expuestos generalmente en ganchos, como por ejemplo: pierna, paleta, carré, costillita y tocino.

Ya en el mostrador de autoservicio, se puede explotar bien este tipo de carne, obteniendo una buena exposición y un excelente rendimiento con aproximadamente 20 cortes distintos.

CORTES DE PORCINOS

Cortes con hueso:

- Pierna
- Paleta
- Carré
- Costillita
- Oso buco
- Suan

Cortes sin hueso:

- Pierna
- Bife de pierna
- Paleta
- Lomo entero
- Lomo cortado
- Escalope
- Asado de lomo
- Barriga con carne
- Barriga cortada
- Tocino

11. Aves

Brasil es el segundo mayor mercado avicultor y exportador de pollos del mundo, detrás de Estados Unidos.

La faena industrial de aves es realizada a través de modernos procesos, en los días actuales. Es realizado con tecnología y alto grado de automatización, asegurando el abastecimiento de la línea de producción.

El proceso de industrialización de los productos de ave lleva en cuenta el precio bajo de la carcaza y la creciente búsqueda de cortes por el consumidor final.

Al comprar aves certifíquese de que el proveedor sea idóneo y tenga un estándar de calidad comprobado.

Al recibir los productos de aves, verifique si la carne está firme, con color amarillo pálido, con color brillante y olor suave. La carne verdosa indica deterioración.

Las aves congeladas deben ser comercializadas en embalaje apropiado o de plástico atóxico (del proveedor), en proporciones necesarias al consumo. Una vez descongelados, esos productos no deben volver a congelarse.

TIPOS DE CORTES DE AVES

Entera:

- El producto siempre viene envasado por el fabricante

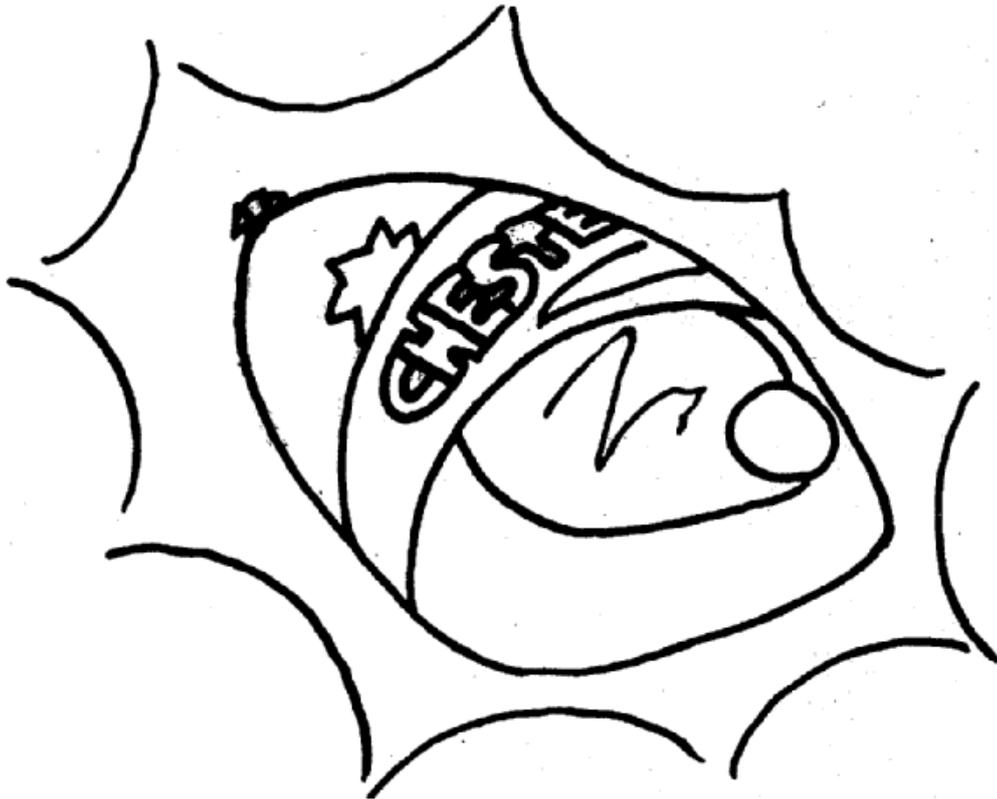
Cortes:

- Pechuga con hueso
- Pechuga sin hueso
- Muslo
- Pata
- Menudencias
- Corazón
- Carcaza

Los cortes podrán salir del proveedor con embalaje para venta a granel o envasada en bandejas de poliestireno.

Ya las aves nobles como el Chester, Classy, Fiesta, Bruster y el Pavo salen de la industria condimentados y listos para asar. La comercialización de esas aves tiene por finalidad agregar valor al pollo.

El pico de ventas de esas aves generalmente es en la navidad, con tendencia de cambio para otras fechas conmemorativas como Pascuas y Día de la Madre.



CONSIDERACIONES GENERALES SOBRE CORTES – CARNES VACUNAS, PORCINAS Y AVES

- Todo acomodamiento en las bandejas debe seguir un estándar de color de los productos (no colocar en la misma bandeja carnes de coloración distinta – oscura / clara), respetando el sentido de la grasa y de las fibras en los cortes presentados.
- El etiquetado debe ser estandarizado, facilitando la visualización del cliente.
- Las bandejas deben ser estandarizadas para cada corte y una vez elegidas, no deben ser cambiadas para no confundir al cliente. Evitar usar bandejas de tamaños distintos para los mismos tipos de cortes.

Recordando:

Dentro del área de perecederos, la sección de carnes es una de las mayores en porcentaje de ventas en un supermercado.

Pero su éxito sólo depende de dos factores: CALIDAD DEL PRODUCTO y CALIDAD DE LA ATENCIÓN.

12. Higiene

Todas las personas que trabajan con alimentos son responsables, no solo por su salud, sino también por la salud, bienestar y satisfacción de sus clientes.

Los aspectos de higiene y limpieza son fundamentales para los profesionales que actúan en las secciones de productos perecederos de un supermercado.

TODOS LOS FUNCIONARIOS DE LAS SECCIONES DE ALIMENTOS DEBEN ESTAR SIEMPRE ATENTOS A LAS CONDICIONES DE HIGIENE PERSONAL Y DE MANIPULACIÓN DE PRODUCTOS.

Microorganismos

Los microorganismos son seres vivos tan pequeños que sólo son visibles con la ayuda de un microscopio.

Ellos están en todos los lugares (aires, suelo, agua, utensilios, equipamientos, animales, ropas) y pueden causar enfermedades como tuberculosis, infecciones e intoxicaciones con síntomas diversos.

Contaminación de los alimentos

Cuando el alimento contiene exceso de microorganismos, se dice que está contaminado.

¡Cuidado! Alimentos con buena apariencia también pueden estar contaminados.

Los microorganismos llegan a los alimentos mediante el contacto con:

- Manos mal lavadas
- Equipos y utensilios mal lavados y no higienizados
- Agua no tratada
- Animales e insectos (ratones, cucarachas)

Entre los microorganismos, existen las bacterias, que para su multiplicación necesitan de alimento, agua, oxígeno y una temperatura favorable, entre 10° C y 65° C.

Los alimentos que consumimos proveen estas condiciones, favoreciendo la multiplicación de bacterias (una bacteria se divide en dos a cada 20 minutos en temperatura ambiente).

¡La higiene es nuestra arma!

¡Todos los días son días de limpieza!

Limpiar es: eliminar los residuos

Lavar es: remover toda la suciedad, usando agua y detergente neutro

Desinfectar es: eliminar los microorganismos existentes en el ambiente utilizando Solución Bactericida (de agua sanitaria)

Cómo obtener solución bactericida (agua sanitaria)

- Diluir una cuchara de sopa de lavandina para cada litro de agua
- Dejar actuar en la superficie del elemento a ser desinfectado durante 15 minutos

Higiene personal

Una buena higiene personal es indispensable para las personas que manipulan alimentos.

Para obtenerla es necesario:

- Lavar muy bien las manos y el antebrazo (hasta la altura de los codos) con detergente neutro, cada vez que tenga que manipular los alimentos
- Mantener las uñas siempre limpias y cortas, sin esmalte o base
- Afeitarse diariamente
- Evitar el uso de anillos, alianza, pulseras y adornos
- Usar siempre delantal y mantenerlo limpio
- Usar el pelo recogido
- Utilizar guantes y tapabocas desechables
- Utilizar siempre zapatos cerrados y antideslizantes
- No estornudar o toser cerca de los alimentos
- No fumar durante el trabajo
- Evitar manipular alimentos si tuviere heridas en las manos
- Evitar la utilización de trapos, sustituyéndolos por papel toalla

Higiene del equipamiento

Tal como la higiene personal, la higiene de los equipos es extremadamente importante.

Cuidados especiales:

- Lavar con agua y detergente neutro o jabón bactericida, luego del uso, los cuchillos, cubiertos, vasijas y demás utensilios de la sección, recordando que después del lavado todo debe ser guardado en esterilizador.
- Limpiar constantemente los equipos como mesadas, tablas de cortar y contenedores.
- Desinfectar, después de la limpieza, los equipamientos, las paredes y el piso con solución de agua sanitaria
- Efectuar con frecuencia la limpieza e higienización de las rejillas

Debemos utilizar siempre la solución de agua sanitaria para desinfectar todos los equipamientos y utensilios.

Importante:

- Antes de usar la solución de agua sanitaria para la desinfección, lavar y retirar toda la suciedad y enjuagar el detergente neutro, pues esos residuos perjudican la operación
- Después del tiempo de acción del agua sanitaria, enjuagar. Luego de limpios y desinfectados, los equipos deben ser guardados protegidos de la humedad, polvareda, insectos y roedores.

Recuerde:

- Góndolas refrigeradas deben ser limpiadas siempre que necesario y descongeladas cuando la camada de hielo tenga un espesor de más o menos 1cm.
- Cuando en desuso, los equipos deben ser mantenidos cerrados o cubiertos.

Otras formas de desinfección de utensilios:

1. Con agua hirviendo:

Sumergir los utensilios después de limpios en agua hirviendo por 5 minutos.

2. En lavavajillas

El aparato debe alcanzar temperatura constante de 90° C

Basura

- Dar preferencia a los basureros con accionamiento a pedal, para evitar el contacto manual con la tapa
- Mantenga la basura en recipiente limpio, revestido de bolsa plástica y siempre tapado, para evitar moscas, cucarachas y ratones.
- Proteja la basura del sol, lluvia y del acceso de animales y personas.
- Recoja la basura cada vez que sea necesario (varias veces al día).
- No deje que la basura pase la noche en el establecimiento, para evitar la presencia de ratones y cucarachas.
- **¡Nunca mezcle la basura del baño con la de los demás sectores!**

Es siempre bueno trabajar en un ambiente limpio y saludable

13. Atención al cliente

En cualquier rubro de la actividad comercial, el cliente representa un papel importante, ya sea en el aumento de las ventas o en divulgación de la imagen del lugar donde él hace sus compras.

De esa manera, un cliente bien atendido, además de ser asiduo, ayuda a difundir las ventajas de comprar en la tienda que frecuenta.

Las secciones de perecederos, dentro de una tienda de supermercado, son las que más atraen a los clientes, permitiendo que éstos recorran todas las secciones por impulso.

Por lo tanto, debemos atender a nuestro cliente de la manera más eficiente posible, respetando cuatro reglas básicas de la atención al cliente:

Los cuatro “Saberes” de la atención

1. Saber escuchar

- Atención
- Interés

2. Saber hablar

- Lenguaje adecuado
- Educación y cortesía
- Presentación personal (lenguaje corporal)

3. Saber sentir

- Necesidades del cliente
- Diferencias individuales

4. Saber hacer

- Conocimiento del servicio
- Información correcta
- Eficacia en el trabajo

Hablemos un poco de cada una de esas reglas:

1. Saber escuchar

Cuando el cliente se acerca, es necesario escucharlo con mucha atención y demostrar interés por lo que está diciendo. A las personas les gusta ser escuchadas, percibiendo que el oyente está interesado en lo que ellas están expresando o cuestionando. Demuestre interés por el cliente.

2. Saber hablar

Hable siempre con el cliente, utilizando lenguaje adecuado, sin modismos o palabras que pueda no entender, como el nombre científico de un producto o palabras poco elegantes. Hable pausadamente y con claridad, para que el cliente entienda perfectamente lo que estás diciendo.

Sea educado y gentil, SIEMPRE, aunque el cliente no lo sea contigo. Educación es factor preponderante en la atención, en cualquier situación.

Se debe estar siempre bien presentable a los ojos de los clientes. Mantenga el uniforme/delantal siempre limpio, cabello bien peinado, uñas limpias y cortas y botas limpias.

La manera como te presentas al trabajo también es una forma de hablar con el cliente, pues él se dará cuenta de que te importas contigo mismo, en respeto a él.

El cliente siempre tiene la razón.

3. Saber sentir

En el trato con el cliente, es necesario saber identificar su necesidad real. No siempre el cliente logra explicar exactamente lo que desea y es ahí donde entra el *feeling*, es decir, el sentimiento de que sabes lo que él necesita.

Considere las diferencias individuales. Esto quiere decir que cada persona es diferente de las demás y debe ser tratada de acuerdo a su individualidad. Eso significa que lo que es importante para uno, puede no ser importante para otro.

Cada persona tiene una forma de ser, de hablar, de vestir y de pensar, así como sentimientos variados respecto a una misma cosa. Por lo tanto, debemos respetar las diferencias y tratar cada persona de forma individual y única.

4. Saber hacer

Este es uno de los aspectos más importantes, cuando se habla en calidad de atención.

De nada sirve ser muy gentil, atento y hablar correctamente con el cliente, si no se tiene el conocimiento suficiente del trabajo, para poder realizarlo de forma correcta.

El conocimiento profundo de lo que se hace, del trabajo y de las particularidades de la sección, es lo que marcará la diferencia en la atención.

Siempre se debe buscar dar la información correcta. Si uno no sabe o no conoce, no le puede dejar al cliente sin respuesta. Se tiene que informar y aclarar las dudas en la brevedad posible.

Actuando de esta manera, se logra hacer el trabajo de forma eficiente, dejando al cliente satisfecho y bien atendido.

Pese a que en la sección 'Frutas & Verduras' no haya la misma atención que en la Carnicería o Panadería, es común que los clientes se dirijan a un funcionario más cercano, en el caso de que tengan dudas sobre algún producto, precio, validez, utilización u otra cualquiera. Por lo tanto, el funcionario debe estar muy bien preparado para sanar las posibles dudas del cliente y hacer uso de los cuatro "SABERES" que presentamos anteriormente.

El cliente es nuestro mayor objetivo.

14. Referencias bibliográficas

SÃO PAULO. Portaria CVS Nº 6/99, de 10 de marzo de 1999. Establece los parámetros y criterios para el control higiénico-sanitario en establecimientos de alimentos. Diario Oficial del Estado (Poder Ejecutivo), São Paulo, v.109, nº 47, p. 24-27, 12 mar. 1999. Sección 1.

BRASIL. Portaria Nº 236, de 3 y 30 de julio de 1997. Establece requisitos esenciales de higiene y buenas prácticas de fabricación para alimentos producidos/fabricados para el consumo humano. Diario Oficial (de la Rep. Federativa del Brasil), Nº 146, 1 ago. 1997. Sección 1.

BRASIL. Portaria Nº 1428, de 26 de noviembre de 1993. Establece las orientaciones necesarias que permitan ejecutar las actividades de inspección sanitarias, de forma a evaluar las buenas prácticas para la obtención de alimentos con vistas a la protección de la salud de la población. Diario Oficial (de la Rep. Federativa del Brasil), Nº 229, p. 18415-18419, 2 dic1993. Sección 1.

VIDEIRA, José Carlos. La carnicería puede marcar la diferencia. Superhiper, São Paulo, v.25, nº 284, p. 32-38, abr.1999. ISSN 0103-7900

BRITO, Denise. Un nuevo status para la carne. Superhiper, São Paulo, v. 24, nº 273, p. 58-64, mayo. 1998. ISSN 0703-7900

SALGUEIRO, Sonia. SOBRAL, Eliane. Cambios a la vista. Superhiper, São Paulo, v. 22, nº 250, p. 68-76, jun. 1996. ISSN 0103-7900

CONSERVACIÓN y manipuleo de productos perecederos. In: PALESTRA, 1995, São Paulo: SADIA, 1995. 82p.

BORGES, Abendnagno. Carne porcina invierte para cambiar imagen. Superhiper, São Paulo, v. 21, nº 234, p. 46-52, feb. 1995. ISSN 0103-7900

ALMEIDA, Luiz Gonzaga de. El futuro está en el autoservicio. Superhiper, São Paulo, v. 19, nº 6, p. 76-94, jun. 1993. ISSN 0103-7900.

ALMEIDA, Luiz Gonzaga de. Cuidado con los perecederos. Superhiper, São Paulo, v. 18, Nº 12, p. 64-82, dic/92-ene/93. 1993. ISSN 0703-7900.

15. Guía de observación

Esta guía tiene por objetivo direccionar las actividades de observación del alumno y reforzar los conceptos abordados en el curso del cual acaba de participar.

La duración total de esta etapa es de 32 horas, debiendo ser cumplida inmediatamente después del curso y durante la jornada diaria de trabajo.

Las actividades de esta guía deberán ser distribuidas de la mejor manera posible, de manera a no causar interferencias en la rutina, debiéndose extender, como máximo, por dos semanas.

Para el desarrollo de la actividad de observación, el participante deberá:

- Informar al gerente del supermercado el objetivo de la observación (complementar el curso);
- Seleccionar la actividad a observar, en la secuencia establecida en la guía.
- Solicitar la colaboración de los profesionales que realizan las actividades.
- Mantener al gerente informado sobre el andamiento de esta actividad.

Finalizado el trabajo de observación, el participante deberá llenar, firmar, destacar y enviar la ficha incluida en la última página de esta guía a la Cámara de Supermercados, debidamente firmada por el gerente de la tienda, para la emisión del certificado de la Escuela Nacional de Supermercados.

01. COMPRA..... 6 horas

Verificar:

- Los principales proveedores del supermercado
- Por qué fueron elegidos esos proveedores
- Procedencia de los productos
- Las cantidades compradas y la periodicidad (diario, semanal, estacional)
- Planilla de quiebres/pedidos
- Compra de carne con hueso o deshuesada
- Tipos de carne (vacuna, porcina y aves)
- Cantidad comprada de productos congelados y refrigerados
- La ocurrencia de mermas y las causas que las provocan

02. RECEPCIÓN 2 horas

Verificar:

- Si es dada prioridad para la recepción de carnes
- Si hay persona designada especialmente para la recepción de carnes
- Quién es responsable por la recepción
- Si los equipamientos son reparados con anticipación (paletas, zorras hidráulicas, balanzas etc.)
- Limpieza e higiene del vehículo transportador (interna y externa)
- Acomodación de los productos en el vehículo
- Refrigeración adecuada en el vehículo (verificar si no fue apagado el sistema de refrigeración)
- Higiene y vestimenta de los cargadores
- Cómo se hace la verificación de las mercaderías (análisis de la cantidad, fecha de producción, peso, embalaje, plazo de validez, etc.)
- La calidad de los productos (aspecto, coloración, olor, tipo de carne, cantidad de sebo y grasa, temperatura)
- Si los datos de la factura son iguales a los del pedido

03. ALMACENAMIENTO 4 horas

Verificar:

- Cómo y dónde se realiza el almacenamiento de los productos de la sección
- Cuáles productos son almacenados en cámaras de congelados y en cámaras de refrigerados
- Utilización de las normas de almacenamiento en el interior de la cámara (pallets, distancia de los productos entre sí, de las paredes y del piso)
- Utilización del sistema FIFO
- Temperatura de las cámaras de congelados y refrigerados
- Apilamiento de las mercaderías en el interior de la cámara
- Periodicidad de limpieza de las cámaras

04. PROCESAMIENTO 4 horas

Verificar:

- Sala de manipulación (ubicación, limpieza e higiene)
- Equipamientos utilizados (sierra eléctrica, picadora, ablandadora, placa de atileno)
- Utilización de los EPI (Equipamientos de Protección Individual)
- Utensilios (cuchillos, amoladores, bandejas expositoras . condiciones de limpieza e higiene)

- Productos utilizados para limpieza e higienización de la sección
- Procedimientos y cuidados en el manipuleo de carnes que serán envasadas
- Tipos de embalajes utilizados
- Adecuación de los embalajes a los tipos de cortes
- Cómo las carnes son envasadas y etiquetadas (fecha de envasado, fecha de validez, tipo de corte, origen, peso, precio)

05. EXPOSICIÓN 6 horas

Verificar:

- Tipos de exposición (mostrador de atención, mostrador de autoservicio, mostrador de congelados)
- Técnicas de exposición utilizadas (colores, formas de presentación, cantidades, cortes especiales)
- Mercaderías en promoción
- Comunicación visual (carteles, información al consumidor)
- Cuidados en el manipuleo y transporte de productos
- Limpieza e higiene del área de ventas (mostradores, delantales, vidrieras)
- Creatividad en la exposición
- Productos en condiciones de venta y consumo (propios e impropios)
- Frecuencia de la reposición en los mostradores de autoservicio
- Identificación correcta de los cortes y precio
- Utilización del sistema FIFO
- Índice de mermas en la reposición y principales motivos
- Calidad de atención al cliente en el mostrador de atención
- Preferencia de los clientes en relación a los tipos de cortes

06. PORCINOS Y AVES 2 horas

Verificar:

- Características de comercialización (elección del mejor proveedor, control de inspección sanitaria)
- Cuidados en la recepción (temperaturas adecuadas, inspección de las piezas)
- Procesamiento (porcinos, aves y vacunos – mesas separadas)
- Cuidados especiales en el procesamiento y comercialización de la carne de cerdo refrigerada
- Tipos de cortes de porcinos ofrecidos en el supermercado

07. HIGIENE 4 horas

Verificar:

- Higiene personal de los funcionarios de la sección
- Limpieza e higiene del equipamiento
- Limpieza e higiene del área interna (depósito, cámaras y demás dependencias)
- Limpieza e higiene del área de ventas
- Utilización de la solución bactericida
- Procedimientos para desinfección de los equipos y utensilios
- Cuidados en la remoción de la basura

08. ATENCIÓN AL CLIENTE 4 horas

Verificar:

- Cómo es realizada la atención al cliente en la tienda en general
- Principales quejas y reclamos
- Atención dada a los clientes por los funcionarios del supermercado
- Presentación personal de los funcionarios de la tienda
- Identificación de las necesidades de los clientes
- Utilización de lenguaje adecuado
- Educación y gentileza en la atención a los clientes
- Interés en atender y solucionar los problemas manifestados por los clientes
- Atención de acuerdo al perfil del cliente (diferencias individuales)
- Prestación de informaciones correctas al cliente
- Procedimientos adoptados para solucionar eventuales problemas con clientes

LLENE Y ENVÍE ESTA FICHA A LA CÁMARA PARAGUAYA DE SUPERMERCADOS, A LOS CUIDADOS DEL RESPONSABLE POR LOS CURSOS, PARA EFECTO DE EMISIÓN DE CERTIFICADO

Nombre del alumno: _____

Curso realizado en: _____ Fecha: _____

Local donde se realizó la actividad de observación:

Dirección: _____

Ciudad: _____ Barrio: _____

Teléfono(s): _____ Fax: _____

Nombre del gerente responsable por la supervisión de la actividad:

DECLARAMOS, PARA TODOS LOS FINES, QUE LAS ACTIVIDADES DE OBSERVACIÓN RELATIVAS AL CURSO DE 'FRÍOS Y LÁCTEOS', FUERON REALIZADAS EN ESTE SUPERMERCADO, CON LA DURACIÓN DE 32 HORAS.

Firma del gerente: _____ Fecha: _____

Firma del alumno: _____ Fecha: _____