

## Capitolul

# 3

# Calitate, economie și antreprenoriat

### Competențe specifice:

1. Realizarea practică de produse utile și/sau de lucrări creative pentru activități curente și valorificarea acestora
2. Promovarea unui mediu tehnologic favorabil dezvoltării durabile
3. Explorarea intereselor și aptitudinilor pentru ocupații/profesii, domenii profesionale și antreprenoriat în vedere alegerii parcursului școlar și profesional

După parcurgerea acestui capitol elevii vor fi capabili:

- să analizeze produsele pe baza unor criterii stabilite de comun acord;
- să argumenteze utilizarea normelor de igienă, a măsurilor de sănătate și securitate în muncă, de prevenire și stingere a incendiilor, specifice condițiilor reale de muncă;
- să identifice modele de profesioniști în domeniile explorate;
- să manifeste abilități de a lucra individual și în echipă pentru rezolvarea unor probleme.

### CUVINTE CHEIE

produs	valoare energetică
proprietate	serviciu
organoleptic	consumator
valoare nutritivă	promovare

# Calitate, economie și antreprenoriat

1. Realizarea practică de produse utile și/sau de lucrări creative pentru activități curente și valorificarea acestora

---

---

## CONȚINUTURI

- Calitatea produselor alimentare:
  - proprietăți organoleptice;
  - valoarea nutritivă;
  - valoare energetică;
  - valoare estetică.
- Calitatea serviciilor din alimentație. Protecția consumatorului
- Norme de igienă în creșterea animalelor și prepararea hranei.
- Promovarea și valorificarea producției vegetale, animaliere, produselor alimentare:
  - utilizare casnică;
  - comercializare.

# Calitatea produselor alimentare

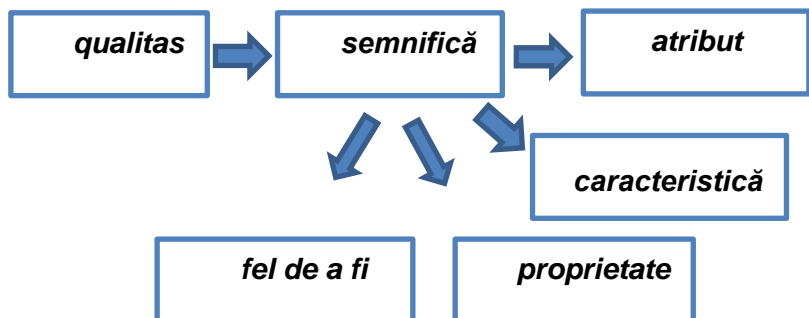


Împreună vom învăța despre:

- proprietăți organoleptice;
- valoare nutritivă;
- valoare energetică;
- valoare estetică.

**Calitatea produselor alimentare** reprezintă ansamblul însușirilor fizice, chimice, organoleptice, tehnologice și proprii ale produselor sau/și dobândite prin procesele de prelucrare.

Termenul “**calitate**” a fost inventat de Cicerone. Originea latină “**qualitas**” este traducerea cuvântului grecesc “**ποιotes**”, cuvânt introdus de Platon și utilizat de Aristotel în lucrările sale.



sursa: prelucrare după Fundamentele științei mărfurilor



**REȚINEȚI!**

În practică, noțiunea de calitate se contopește cu sintagma lucrului bine făcut.

**Proprietățile mărfurilor** sunt trăsături, însușiri ale unui bun.

Acestea diferențiază un produs de un altul și contribuie la satisfacerea unor trebuințe umane.

**Clasificare:**

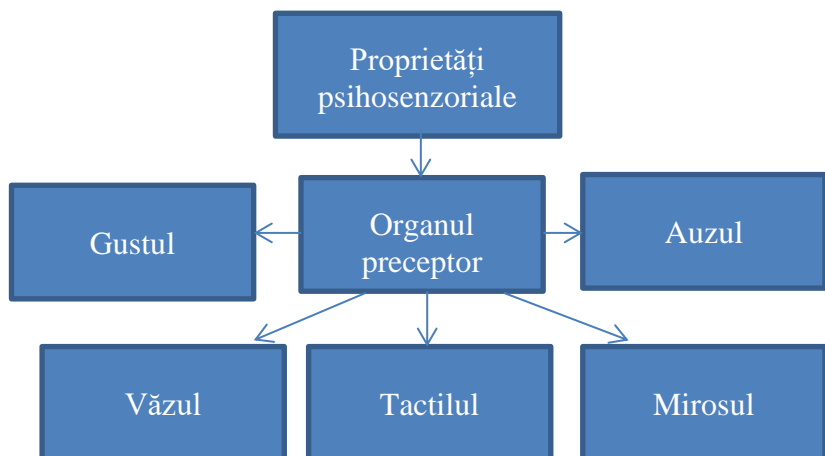
- **după legătura pe care o au cu marfa:**
  - proprii mărfii sau intrinseci (structura, masa specifică, compoziția chimică);
  - atribuite mărfii sau extrinseci (simboluri, preț).
- **după natura lor:**
  - fizice generale (masa specifică, structura, dimensiunile);
  - fizice speciale (mecanice - rezistența, electrice, optice – culoarea, luciul, etc.);
  - chimice (compoziție chimică);
  - biologice (toleranța biologică – microbină/bacteriană/fungică)
  - ergonomice (confort, silențiozitate, manevrabilitate);
  - ecologice (potențial poluant, caracter autodegradabil);
  - economice (preț).
- **după nivelul de importanță pentru calitatea mărfii:**

- majore (critice) – influențează în mare măsură funcția dominantă a mărfii;
  - importante (mult mai numeroase);
  - minore (valori apropiate proprietăților importante).
- **după modalitatea de apreciere și măsurare:**
- organoleptice (apreciate prin simțuri);
  - măsurabile direct sau indirect (cu ajutorul instrumentelor și aparatelor de măsură).
- **după modul de exprimare:**
- exprimate noțional (se determină senzoriale cu ajutorul adjectivelor și adverbilor și a gradelor de comparație ale acestora);
  - exprimate cifric (metode de măsurare și unități de măsură) – absolut sau cu ajutorul procentelor.

## Proprietăți organoleptice:

Sunt denumite și **PROPRIETĂȚI PSIHOSENZIRIALE**

Au la bază utilizarea simțurilor.



*sursa: prelucrare după Fundamentele științei mărfurilor*



**REȚINEȚI!**

Evaluarea proprietăților psihosenzoriale poate fi subiectivă. Ea este influențată de factorii de mediu și de starea biologică a operatorului.

### Proprietățile organoleptice ale pâinii



Aspect	Suprafață regulată, neturtită, cu coajă netedă, lucioasă, fără lipituri
Culoare	Specifică tipului de pâine: brun deschisă, aurie, nearsă și nici palidă
Gust și miros	Plăcute, caracteristice, fără gust și miros de mușcăi, ranced, acru, dulce, amar, fără miros străin de petrol, cosmetice, detergenți, fără scrâșnet la masticăție din cauza impurităților.

**Valoarea nutritivă** este dată de substanțele nutritive furnizate organismului uman. Ele ajută la desfășurarea proceselor metabolice fundamentale. Au un rol diferit pentru organism.

### **Apa** se găsește în alimente sub două forme:



- liberă – se elimină prin evaluare și presare;

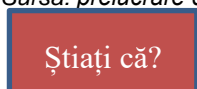
- legată – se elimină foarte greu și atunci când se realizează în proporții foarte mari, duce la distrugerea produsului.

Produsele alimentare au un conținut mai mic sau mai mare de apă, așa cum reiese din tabelul de mai jos:

Tabel

Nr. crt	Denumire produs	Conținut de apă (%)
1.	Laptele	87
2.	Castraveții	95
3.	Pepenii	89
4.	Strugurii	79
5.	Pește	80
6.	Carne	75

Sursa: prelucrare după Studiul calității produselor și serviciilor

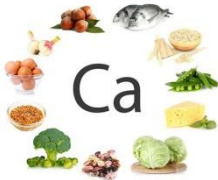


Produsele alimentare cu un conținut mare de apă se degradează ușor. Calitatea lor se menține un timp mai îndelungat numai prin conservare.




**Substanțele minerale** sunt elemente indispensabile vieții. Acestea nu se sintetizează de către organism, de aceea se procură din alimente.



Sursele de proveniență sunt prezentate în tabelul de mai jos:

Tabel

Substanțe minerale	Funcții	Proveniență
<p>Calciu (Ca)</p> 	Intră în componența sistemului osos	Cantități mari: lactate, brânzeturi, pește (somon), sardine, fructe de mare
	Asigură buna funcționare a metabolismului	Cantități mici: legume (varză de Bruxelles,
	Menține activitatea cardiacă, a contractiilor musculare și activității neurologice	spanac, broccoli, sparanghel, frunze de pădărie)
	Ajută la formarea dinților	
	Scade nivelul colesterolului	
Fosfor (P)	Participă alături	Produse de



	<p>de calciu la formarea și întreținerea scheletului</p>	<p>origine animală: carne, gălbenuș de ou, pește, lapte</p>
<p>Potasiu (K)</p> 	<p>Asigură echilibrul vieții la nivel celular</p>	<p>Legume (cartofi), fructe (banane, mere, pere, caise, portocale), stafide, carne</p>
<p>Magneziu (Mg)</p> 	<p>Participă la formarea scheletului</p>	<p>Frunzoase, leguminoase uscate, cereale, mere, nuci, soia, ficat, creier, pește</p>
<p>Combate bolile de inimă</p>		

	Mărește rezistența la oboseală	
<p>Fier (Fe)</p>  <p>surse de fier</p>	<p>Este cel mai important transportor de oxigen din organism</p> <p>Combate anemia</p>	<p>Carne și organe (ficat, rinichi), gălbenuș de ou, pește, icre, brânzeturi, cereale, legume verzi, leguminoase</p>
<p>Mangan și zinc (Mn și Zn)</p>  <p>Zinc</p>	<p>la parte la sinteza proteinelor, lipidelor, glucidelor</p> <p>Ajută la producerea de hormoni</p>	<p>Cereale, legume verzi, carne, pește, ficat</p>
Iod (I)	Element indispensabil glandei tiroide, pentru producerea hormonilor tiroidieni	Moluște, pește, apă, crustacee, nuci verzi

Fluor (F)	Intră în structura smalțului dinților	Ceai, pește
-----------	---------------------------------------	-------------

*Sursa: prelucrare date site-uri pentru sănătate*

**Glucidele** au rolul de a furniza energie. Derivă de la cuvântul grecesc „glykys”, care înseamnă „dulce”.

1g de glucide oxidate provoacă 4,1 Kcal.

Au rol energetic, plastic și fiziologic pentru că:

- intră în structura țesuturilor și a celulelor;
- măresc rezistența organismului la substanțele toxice;
- asigură buna funcționare și tonifierea ficatului;
- detoxifică organismul la nivelul intestinului.



Sursele de glucide sunt în marea majoritate a cazurilor produse de origine vegetală. Se formează prin asimilarea clorofilei în frunzele verzi.

**Lipidele** se găsesc în majoritatea alimentelor. Termenul derivă de la grecescul “lipos” care înseamnă grăsime. Cele mai importante surse de lipide sunt: ouăle, carnea, laptele integral, untura de porc, untul, uleiul, nucile, etc.

**Protidele** derivă de la cuvântul grecesc “protos” care înseamnă “cel dintâi”. Sunt cele mai importante elemente ale materiei vii. Se găsesc în: carne, lapte, ouă, fasole, mazăre, salată, spanac.

Ajută la reînnoirea tesuturilor din organism. Ele apără organismul de bolile infecțioase.

**Vitaminele** sunt necesare organismului în cantități mici. Acesta nu sintetizează vitamine, le primește ca atare sau sub formă de substanțe.

**Clasificare:**


**Vitamine solubile în grăsimi – liposolubile:**






- A (antixerofthalmică)
- D (antirahitică)
- E (antisterilității)
- K (antihemoragică)
- F






**Vitamine solubile în apă – hidrosolubile:**

- B (complex de vitamine B1, B2, B6, B12)
- C (antiscorbutică)
- P (citrina)
- PP

Denumire	Rol și importanță	Proveniență
<p>A</p> 	Procesul vizual	Ulei de ficat de pește gălbenuș de ou, ficat animale, lapte și produse din lapte,
	Mărește rezistența la infecții	Provitamină care se găsește în vegetale: morcovi, pătrunjel, țelină, salată verde,
	Favorizează creșterea	spanac, piersici,

		caise
<p>D</p>  <p>Infographic for Vitamin D showing sources: Somon, Ouă, Brânză, Lumina soarelui, Ciuperci, and Produse fortificate.</p>	Absorbția și calciului fosforului	Pește, icre, gălbenuș de ou, unt, lapte, smântână
		Expunerea la soare
<p>E</p>  <p>Infographic for Vitamin E showing sources: Vitamina E, corn, almonds, and a bottle of oil.</p>	Funcționarea normală a aparatului reproducător antioxidant	Ulei de germeți de porumb, grâu, soia, floarea soarelui, arahide, lapte, ouă
<p>K</p>  <p>Infographic for Vitamin K showing sources: Vitamina K, various green leafy vegetables.</p>	Coagularea normală a sângelui	Varză, spanac, mazăre verde, pătrunjel, ficat, gălbenuș de ou
<p>F</p>  <p>Infographic for Vitamin F showing sources: Vitamina F, various fruits and vegetables.</p>	Lubrifierea celulelor	Ulei de soia, floarea soarelui, porumb, ficat de pește
<p>B</p>  <p>Infographic for Vitamin B showing sources: Vitamina B, variety of fruits and vegetables.</p>	Metabolismul glucidelor, lipidelor, proteinelor	B1 - Cereale, pâine neagră, leguminoase uscate, drojdie de bere, nuci, ficat, carne

	Funcționarea sistemului nervos și activitatea musculară	B2 – carne, ouă, pește, legume, drojdie de bere, B6 – cereale, spanac, mazăre, organe, ouă, drojdie de panificație B12 – ficat, creier, mușchi, brânzeturi
C 	Metabolismul proteic Mărește rezistența la boli infecțioase Previne scorbutul Reduce colesterolul Ușurează absorbția fierului	Produse vegetale: măceșe, coacăze, ardei, frunze de pătrunjel, citrice, tomate, mere, varză
P 	Protejează acțiunea vitaminei C	Citrice, struguri, coacăze, măceșe, afine, caise, cireșe
PP	Apără organismul de	Carne, ficat, pește, pâin neagră,

	pelagră	leguminoase, drojdie de bere
	Buna funcționare a sistemului nervos	

*Enzimele sunt produse de celula vie.*

### **Clasificare:**

- numai din proteine - monocomponente
- dintr-o substanță proteică și una neproteică – bicomponente

Acționează asupra unor substanțe sau grup de substanțe. Sunt dependente de temperatură, cu cât crește temperatură cu atât mai intens este procesul enzimatic.



**Valoarea nutritivă** a unui produs alimentar este dată de următoarele elemente: valoarea psihosenzorială, valoarea energetică, valoarea biologică și de valoarea igienică.

### **Valoarea energetică**

Este determinată de trofinele calorigene (lipide, glucide, protide). Prin ardere, acestea furnizează pentru organism energia necesară îndeplinirii funcțiilor vitale.

#### **Valorile coeficienților calorici:**

Trofine	protide	lipide	glucide
---------	---------	--------	---------

calorigene			
Coeficient caloric	4,1 Kcal/g	9,3 Kcal/g	4,1 Kcal/g

Valoarea energetică a unui produs alimentar se face pornind de la procentul de lipide, glucide și protide, din alimente.



Valoarea calorică a 500 ml de lapte de vacă consumat la micul dejun este calculat astfel:

Laptele de consum conține în medie:

Alimentul	Umiditate %	Proteine %	Lipide %	Glucide %	Vitamine	Săruri minerale
Lapte de vacă	87	3,5	3,6	4,8	A, B1, B2	Na, Ca, K, Fe, Mg, Cu, S, P, Cl

În 500 ml lapte de consum există:

Proteine: 17,5 g

Lipide: 18 g

Glucide: 24g

Valoarea calorică este:

$17,5 \times 4,1 \text{Kcal} = 71,75 \text{ Kcal}$

$18 \times 9,3 \text{Kcal} = 167,4 \text{ Kcal}$

$24 \times 4,1 \text{Kcal} = 98,4 \text{ Kcal}$



Total: 337,55 Kcal



Pentru populația din România consumul mediu de calorii recomandat este de 2650 Kcal.

## Valoarea estetică

Valoarea estetică este concentrată în jurul valorii de *frumos*. Ea este rezultatul contopirii dintre o mulțime de elemente concrete și abstracte.

Frumosul poate fi privit din două puncte de vedere:

1. reacția subiectivă a unei persoane în contact cu un stimul exterior;
2. caracteristica unui obiect sau a unei experiențe.



Frumusețea diferă de la o persoană la alta. Are sens numai pentru oameni, dar nu toți sunt capabili să perceapă frumosul.

Vorbind despre valoarea estetică a mărfurilor ne raportăm la:

- funcția sau utilitatea acesteia;
- forma;
- structura;
- linia;
- desenul;
- ornamentul;

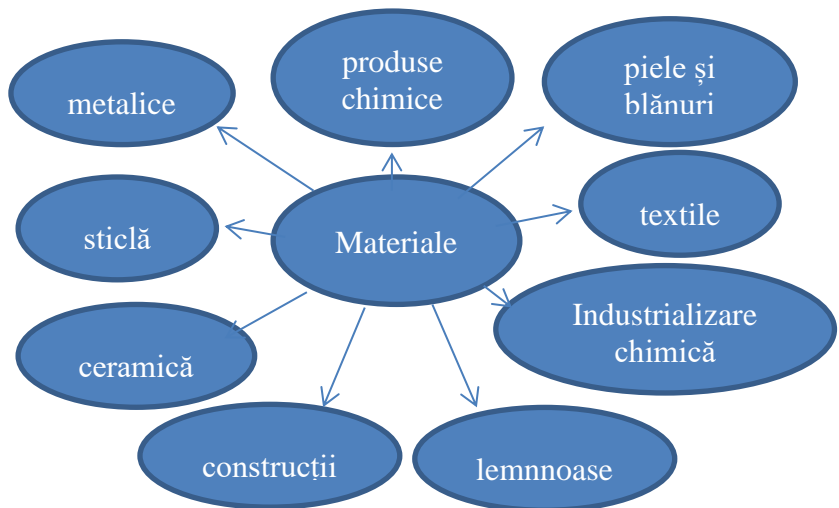
- stilul;
- culoarea;
- simetria;
- proporția;
- armonia;
- contrastul.

**Forma** depinde de: compoziție (structura materialului), funcționalitate și utilitate. Privind un obiect putem avea o reacție emoțională de tipul:

atrăgere	respingere	plăcere	dezgust
----------	------------	---------	---------

Obținerea formelor se face prin modelare.

**Structura** materialelor din care sunt modelate formele este diferită. Calitatea materialului folosit la modelare joacă un rol important și influențează proprietățile estetice. Tipurile de materiale folosite pentru modelarea mărfurilor sunt prezentate mai jos:



Sursa: Rodica Pamfilie, *Estetica mărfurilor*

**Linia** delimitează și înconjoară toate obiectele vizibile. Prin linii obținem o infinită varietate de forme. În practică întâlnim linii drepte (subțiri sau groase) și linii circulare.

Cu ajutorul liniilor putem transpune imaginea unei idei și obținem **desenul**.



**Desenul** s-a orientat în două direcții: cel tehnic (cu scop practic) și cel artistic (după natură, din memorie, imaginație, fantastic).

**Stilul** este o sinteză a trăsăturilor dominante ale activității estetice ale societății, o comunicare de aspecte pentru valori estetice din diferite perioade.

**Ornamentul** *capătă valoare estetică atunci când nu este un adaos de prisos, când nu este strident și când stimulează bunul gust.*



**Ornamentele** sunt distincte de la un popor la altul. Ele constituie un simbol cu un pronunțat caracter național. Are și caracter istoric. Se schimbă de la o epăcă la alta și este utilizat în arhitectură, sculptură, pictură, grafică, muzică, literatură, decorarea bunurilor de larg consum.

Prin **simetrie** obiectele capătă armonie, sunt echilibrate și proporționate. Toate elementele componente ale unui

Întreg sunt puse în relații, formează o serie de legături după anumite proporții, realizează armonia. Prin armonie impresia finală este de agreabil, plăcut.

Putem vorbi de armonia: formei, culorilor, tonurilor, etc.

**Contrastul** înlătură monotonia, stimulează variabilitatea, ținându-se seama în același timp de unitate.

Putem vorbi de contrast de linii și forme, de mărimi și structuri, de texturi, de umbră și lumină, de valoare, de culoare, de cald și rece, etc.



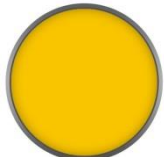
**Culoarea** este o caracteristică a luminii care ne permite să distingem două câmpuri de aceeași formă, mărime și structură. Din punct de vedere psiho-senzorial culoarea se caracterizează prin tonalitate, intensitate și puritate (saturație).

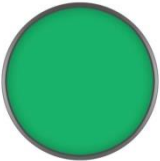






**REȚINEȚI!**

Pentru prima dată, în 1666 *Isac Newton* a descoperit că raza de lumină care trece printr-o prismă se descompune în șapte culori primare. Ulterior s-a susținut ideea prin care spectrul cromatic avea patru culori pure: roșu, galben, verde, albastru și apoi trei: roșu, galben și albastru în adaos cu alb și negru.

**Culorile** influențează capacitatea fizică și neuro – psihică așa cum este evidențiat în tabelul de mai jos:

Culoare	Efect fizic	Efect neuro-psihic
Roșu  	Crește presiunea sângelui	Culoare foarte caldă
	Ridică tonusul muscular	Stimulent general
	Activează respirația	Senzație de apropiere în spațiu
	Este calorific	
Portocaliu  	Accelerează pulsațiile inimii	Culoare caldă
	Menține presiunea sanguină	Stimulent emotiv
	Favorizează secreția gastrică	Senzație de apropiere foarte mare în spațiu
		Culoare sociabilă
		Impresie de sănătate și optimism
Galben  	Influențează funcționarea normală a sistemului cardio-vascular	Culoare caldă și veselă
	Stimulează	Stimulează vederea

	nervul optic	Calmează nevrozele
		Senzație de apropiere în spațiu
		Predispune la comunicare
Verde	Scade presiunea sanguină	Culoare rece
	Dilată vasele capilare	Culoare linistitoare
		Impresie de prospețime
		Favorizează deconectarea nervoasă
		Senzație de depărtare în spațiu
Albastru	Scade presiunea sanguină	Culoare foarte rece
	Scade tonusul muscular	Culoare liniștitoare
	Calmează respirația și frecvența pulsului	Senzația de depărtare în spațiu
		Predispune la concentrare și liniște interioară

<p>Violet</p> 	<p>Crește rezistența cardiovasculară</p>	<p>Culoare rece</p>
	<p>Crește rezistența plămânilor</p>	<p>Culoare neliniștitoare</p>
		<p>Culoare distantă, gravă, solemnă</p>
		<p>Efect contradictoriu: atracție și îndepărtare, optimism și nostalgie</p>
<p>Negru</p> 	-	<p>Reținere, neliniște, depresie, înduioșare</p>
<p>Alb</p> 	-	<p>Impresie de adâncime, plinătate și gretate</p>
		<p>Expansivitate, ușurință, suavitate, robustețe, puritate, răceală</p>
		<p>Este obositor prin strălucire și capacitate totală de reflexie</p>

Sursa: V. Anghelescu și E. Grandjan



**REȚINEȚI!**

Culoarea este cu atât mai caldă cu cât se apropie mai mult de roșu și cu atât mai rece cu cât predomină albastru. Culorile închise au un efect negativ, descurajant iar cele prea vii sunt obositoare. Culorile deschise au efect pozitiv, vesel, stimulativ.

## **Calitatea serviciilor din alimentație**

**Alimentația publică** cuprinde întreaga producție și distribuție de mâncare și băuturi. Mai precis vorbim despre pregătirea preparatelor culinare și a produselor de patiserie-cofetărie, aprovizionarea cu mărfuri, consumul produselor pe loc sau în afara unităților, cât și de crearea unei ambianțe pentru destindere și recreere.

Știați că?



Astăzi, în lume, fiecare a treia masă se ia în afara casei?

**Serviciul** reprezintă orice activitate pe care o persoană o oferă altei persoane. Nu se poate vedea, simți și pipăi. Nu are formă materială, așa cum sunt mărfurile.



Când vorbim de calitatea serviciilor din alimentație ne gândim la:

- calitatea preparatelor culinare și de cofetărie;
- comercializarea produselor specifice (preparatele culinare, de cofetărie, băuturi);
- condițiile și facilitățile oferite pentru consum imediat (confortul necesar servirii mesei, ambanță plăcută, prestația personalului);
- calitatea firmei (puterea acesteia de a satisface și cele mai exigente gusturi ale clienților);
- comunicarea și relațiile cu clienții (prin publicitate și relații publice se transmit mesaje importante despre servicii, de ex: oferirea de informații despre servicii și îmbunătățirile/modificările aduse);
- preț (clienții asociază prețul cu calitatea serviciului).



**REȚINEȚI!**

Clienții sunt diferiți și în același timp nevoile lor sunt diferite. Deși se desășoară în același loc și cu același personal evenimente de tipul: mese festive, banchete, seri distractive, realizarea unor meniuri, room service, sunt particularizate în funcție de cerințele clienților.

După cum bine știți, ca și clienți, suntem atrași de una sau mai multe atribute (însușiri, calități) senzoriale. Cartofii prăjiți sunt acceptați în general după cum sunt de crocanți. Nu ne atrage culoarea atractivă și nici aroma. Dacă aceștia sunt moi, nu se vor vinde. Orice consumator vede produsul sau serviciul în ansamblu, îl apreciază pe baza proprietăților senzoriale pe care el le cunoaște. La preparatele culinare consumatorul este influențat și de obiceiurile și tradițiile alimentare.



Calitatea este o percepție relativă pe care o raportăm de cele mai multe ori la experiențe trecute. Atâta timp cât pentru un consumator serviciul oferă același grad de mulțumire/satisfacție, comparativ cu perioade diferite, acesta corespunde din punct de vedere calitativ.

## Protecția consumatorului

**Consumatorul** este o persoană fizică ce dobândește, utilizează sau consumă, ca destinatar final, produse obținute de la agenții economici sau care beneficiază de serviciile prestate de către aceștia.

**Organizația Mondială a Consumatorilor** definește următoarele drepturi ale consumatorilor:



dreptul la satisfacerea cerințelor esențiale de viață  
– bunuri și servicii care garantează supraviețuirea;



dreptul la siguranță – protecție împotriva produselor sau serviciilor care pun în pericol sănătatea sau viața oamenilor;



dreptul de a fi informat – a avea elementele necesare pentru a lua o decizie, pentru a face o alegere în cunoștință de cauză;



dreptul de a fi protejat împotriva informației, publicității, etichetării sau altor practici frauduloase, înșelătoare sau false;



dreptul de a alege – a avea acces la o varietate de produse și servicii, la prețuri stabilite pe bază de concurență;



dreptul de a fi ascultat – posibilitatea de a-și exprima nemulțumirile referitoare la bunuri și servicii și la condițiile de comercializare a acestora;



dreptul la despăgubire – rezolvarea echitabilă a revendicărilor justificate;



dreptul la educare – obținerea cunoștințelor și abilităților prin care se formează un consumator informat;



dreptul la un mediu ambiant sănătos – a trăi într-un mediu natural care să îmbunătățească „calitatea vieții”.

## Cele mai frecvente încălcări ale drepturilor consumatorilor sunt!



- Comercializarea de produse necorespunzătoare din punct de vedere calitativ;
- Comercializarea de produse care pun în pericol viață, sănătatea și securitatea consumatorilor;
- Comercializarea de produse falsificate sau contrafăcute;
- Păstrarea și depozitarea produselor în condiții necorespunzătoare;
- Comercializarea de produse cu elemente de identificare incomplete;
- Prezentarea prin publicitate, în prospecte, cataloage, mass media a altor valori decât cele reale.



**Eticheta** unui produs alimentar conține: denumirea produsului, lista ingredientelor, substanțele care provoacă alergii

sau intoleranță, cantitatea anumitor ingrediente sau categorii de ingrediente, cantitatea netă de produs alimentar, data limită de consum, condiții speciale de păstrare și/sau condiții de utilizare, numele sau denumirea comercială și adresa operatorului sau importatorului, țara de origine sau locul de proveniență

(pentru anumite tipuri de carne sau în cazul în care omiterea acestui fapt ar putea induce în eroare consumatorul), instrucțiuni de utilizare (în cazul în care omiterea acestora ar îngreuna utilizarea corectă), concentrația alcoolică (dacă este mai mare decât 1,2% alcool în volum), o declarație nutrițională.

Cum faceti o  
reclamație?



Orice persoană fizică sau grup de persoane fizice constituite în asociații poate/pot adresa *reclamații* și *sesizări* către Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor (ANPC) în caz de nerespectare a drepturilor consumatorilor. Acestea se fac în scris, în format electronic sau se depun personal la Sediile Comisariatelor Județene pentru Protecția Consumatorilor sau la Comisariatul pentru Protecția Consumatorilor al Municipiului București. Reclamația este însoțită de toate documentele care demonstrează achiziția făcută: factură, bon sau chitanță, contract, certificat de garanție, etc.

**Formularul de reclamație** cuprinde:

- Datele de contact ale reclamantului.
- Datele de identificare ale comerciantului.
- Biroul de reclamații căruia i se adresează.
- Mențiunea încercării rezolvării/remedierii pe cale amiabilă a situației.
- Detalii cu privire la aspectele reclamate.

- Pretențiile reclamantului și documentele care susțin cazul reclamat.

## **Norme de igienă în creșterea animalelor și prepararea hranei**

### **Norme de igienă în creșterea animalelor**

**Igiena corporală** cuprinde toate lucrările care se execută pentru întreținerea curățeniei animalelor, buna funcționare a pielii, părului, copitelor și unghiilor în scopul păstrării sănătății și sporirii producției.

Igiena corporală constă în :

- Îngrijirea pielii și părului prin: pansaj, tuns, îmbăiere, dușuri.
- Îngrijirea ongoanelor și copitelor prin: scurtare, curățire, potcovit.

#### **TRUSA PENTRU PANSAJ (ȚESĂLAT)**



**Țesală**



**Perie**



**Pieptăn**



Burete



Cârpă

**PANSAJUL:** se face zilnic

- **Țesala:** placă metalică dreptunghiulară cu dimensiunile de 12 / 10 cm care prezintă lame metalice înalte de 1 – 2 cm, prevăzute cu dinți.
- **Peria:** este confecționată din păr aspru de porc, păr din coada calului sau paie de mătură.
- **Pieptănul:** confecționat din material plastic, servește la pieptănatul cozii.
- **Buretele:** confecționat din material spongios sau obișnuit, servește la ștergerea regiunilor sensibile (ochi, nări, vulvă). Se poate înlocui cu cârpă.
- **Șomoioagul:** este folosit pentru bușumarea animalului și poate fi făcut dintr-un mănunchi de paie mai lungi sau fân, răsucit și îndoit la mijloc, ca să nu se desfacă în timpul folosirii.

**ÎNGRIJIREA ONGLOANELOR ȘI COPITELOR** – se impune scurtarea cornului astfel:

- De două ori pe an la bovine, oi și porci.
- De 4-5 ori pe an la caii de muncă care nu se potcovesc.

- La 5-6 săptămâni la caii care s epotcovesc și la caii crescuți în herghelii.
- Curățarea se face zilnic.
- Potcovitul se face la caii care muncesc pe teren tare.

Știați că?

**Țesălatul** se realizează pe regiunile corporale acoperite cu mușchi. Se începe de la gât și se continuă până la crupă, pe laturile corpului ținând țesala în mână dreaptă. Mișcările țesalei în timpul curățirii se fac mai întâi în răs păr (în sensul invers de creștere a părului) și apoi în lungul firelor de păr. Când țesala se încarcă de praf sau păr se scutură în cutie sau se curăță cu peria. **Periatul** se execută pe toate regiunile corporale, inclusiv perierea capului și membrelor până la unghii. Cu **buretele** se șterg regiunile sensibile: ochi, nări. Pentru **pieptănatul** cozii se folosește **pieptănul**.

## **Norme de igienă în prepararea hranei**

Având în vedere riscurile pe care le prezintă pentru sănătatea publică prepararea și servirea hranei trebuie respectate:

1. Condițiile generale de igienă referitoare la construcție și dotarea cu echipamente și utilaje.



2. Echipamentele de protecție sanitară pentru personalul care manipulează produsele de origine animală sau care prepară mâncarea.
3. Evidența documentelor prin care se atestă proveniența și starea de sănătate a produselor.
4. Asigurarea cu apă potabilă utilizată la prepararea alimentelor, menținerea stării de igienă și de curățenie a personalului și a utilităților.
5. Efectuarea acțiunilor de dezinfecție a spațiilor tehnologice, a utilajelor și ustensilelor folosite, protejarea spațiilor și a alimentelor de rozătoare și insecte.
6. Păstrarea materiilor prime, în special al celor care necesită condiții speciale de temperatură, congelare sau refrigerare (carne, produse lactate, ouă, pește, etc.) în spații specifice pentru a preveni deprecierea lor.
7. Respectarea condițiilor de igienă, spălarea mâinilor înainte de începerea activității, a ustensilelor în timpul lucrului, evacuarea rapidă a deșeurilor și subproduselor rezultate și depozitarea acestora astfel încât să nu constituie o sursă de contaminare.
8. Curățarea și igienizarea periodică a spațiilor unde au fost preparate și manipulate produsele alimentare.
9. Utilizarea numai a ustensilelor de lucru care pot fi curățate și igienizate corespunzător (blaturi de plastic, cuțite de inox, tăvi de inox, etc.).

10. Expunerea spre consum a alimentelor trebuie să fie făcută astfel încât să fie evitat orice risc de contaminare și depreciere a acestora.
11. Servirea alimentelor să se realizeze numai în recipiente igienizați corespunzător sau în recipiente de unică folosință.
12. Ambalarea sau preambalarea alimentelor în cazul în care acestea nu sunt destinate consumului la fața locului (pentru activitatea de catering, sau hrană rece pentru perioada organizării dedrumeții).
13. Separarea materiilor prime pentru prepararea alimentelor de mâncărurile deja preparate, în special carnea crudă de vită, porc, pasăre, pește și ouăle.
14. Păstrarea alimentelor nu pentru mai mult de 2 ore la temperaturi mai mari de 32 grade Celsius, fiindcă riscul de alterare este ridicat.

## **Promovarea și valorificarea producției vegetale, animaliere, produselor alimentare**

Consumatorii au nevoie de o gamă variată și de calitate de produse alimentare, inclusiv de produse tradiționale și locale. Pentru valorificarea producției proprii, micii fermieri trebuie să își promoveze rezultatele muncii lor.

**Promovarea** înseamnă să facem cunoscută clientului valoarea unui produs. Cel mai important lucru

este să creăm un brand sau o marcă și să îi adăugăm valoare prin popularizarea acelor caracteristici care îl diferențiază de un altul similar.

## Exemplu

Pentru un produs care provine dintr-o zonă de munte, acestea sunt câteva elemente care trebuie menționate:



termenul de munte în general sau denumirea zonei;



modul de producție;



calitatea;



gustul.

Toate aceste calități interesează atât consumatorul cât și comerciantul.

Pentru a promova produsele, fermierii trebuie să cunoască obiceiurile grupului de consumatori cărui i se adresează și anume:

- Unde își fac cumpărăturile?
- Ce ziare sau reviste citesc?

Așa vor afla care este locul unde vor face promovare produselor pe care le comercializează.


Modalități prin care se promovează produsele:


1. Afișarea de **postere** în locuri publice. Acestea prezintă calitățile unice ale produsului (calitatea,


gustul, proveniența, metodele de producție) și locația de unde poate fi cumpărat.

2. Distribuirea de **fluturași** informativi care să însoțească produsul. Conținutul acestora se referă la motivele care duc la achiziționarea produsului, o scurtă prezentare a producătorului, scurte istorii legate de originea produsului, rețete culinare.
3. Realizarea de **prezentări** ale produselor la piețe și târguri. Se oferă informații directe despre produs, modul de realizare, ingrediente, etc.
4. Realizarea unei **pagini de internet** cu informații detaliate despre procesul de producție, calitatea și gustul produsului. Adresa paginii va fi scrisă pe toate materialele informative.
5. **Interacțiune directă** pentru a convinge clienții de calitățile produselor.
6. **Reclame** în reviste și publicații locale, broșuri turistice cu audiență cât mai largă.
7. **Inteviuri** acordate diferitelor ziare și reviste în care se prezintă produsele în detaliu.
8. **Degustări** în târguri, pe stradă, în piețe, magazine.
9. **Program de vizitare a locației de producție** pentru ca vizitorii să ia parte la realizarea produsului.
10. **Oferte promoționale** pentru achiziționare imediată sau în funcție de o anumită cantitate.

**Eticheta** este locul perfect pentru promovarea produsului în sine și unde se poate menționa:

 regiunea de origine a produsului (ușor de recunoscut pentru cumpărător);

 calitatea ingredientelor, gustul și caracteristicile (produs prin metode tradiționale);

 numele și originea în denumirea produsului (Brânză de munte din Regiunea Rucăr - Bran).



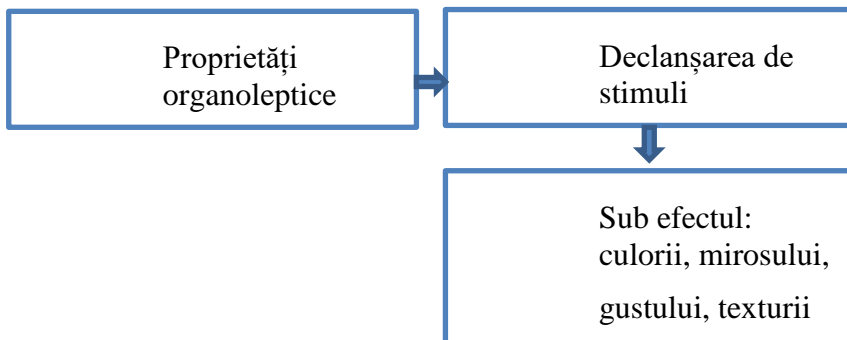
Se recomandă, pentru un produs de proveniență dintr-o zonă montană, folosirea ambalajelor verzi, imaginile cu munți și fotografii de o calitate grafică deosebită.

## Exemplu

Elemente care se pot adăuga pe o etichetă:

- Denumirea produsului
- Denumirea regiunii de origine
- Calitățile speciale ale produsului
- Cantitatea
- Ingrediente le și cantitățile utilizate
- Prețul
- Data producției
- Data expirării
- Scurtă descriere a produsului
- Scurtă descriere a regiunii de origine
- Mărci de calitate
- Oferte speciale.

## Recapitulare



**Valoare nutritivă** este dată de substanțele nutritive pe care produsele alimentare le furnizează organismului uman

**Valoare energetică** furnizează energia necesară organismului în desfășurarea funcțiilor vitale

**Valoare estetică** este concentrată în jurul valorii de *frumos*.

**Protecția consumatorului** ansamblu de dispoziții care asigură respectarea intereselor consumatorilor

**Promovarea producției vegetale și animale** - popularizarea caracteristicilor produselor vegetale și animale și a altor elemente care să le diferențieze de altele similare.



## DICȚIONAR

**Antreprenoriat** = proces care constă în identificarea și urmărirea unei idei de afacere

**Atribut** = însușire esențială a unui obiect

**Calorie** = cantitate de energie pe care o produc în corpul omului alimentele

**Comercializare** = a pune o marfă, un bun în comerț, a face să devină obiect de comerț

**Marfă** = produs la muncii destinat schimbului, prin intermediul vânzării - cumpărării

**Percepție** = proces psihic prin care obiectele și fenomenele din realitate sunt percepute direct cu ajutorul organelor de simț

**Protecție** = a ocroti, a apăra, ansamblu de măsuri care protejează

**Satisfacție** = sentiment de mulțumire, de plăcere

**Senzorial** = care privește organele de simț, care se realizează prin simțuri



## ÎNTREBĂRI

1. Prezența proprietăților organoleptice.
2. Enumerați normele de igienă în prepararea hranei.
3. Prezența modalităților prin care se promovează produsele.



## TEME

### 1. Lucrul individual

Calculați valoarea energetică a unei salate compuse din 50 g ardei gras verde, 200 g roșii, 50 g castraveți, 50 g ceapă verde, 20 ml ulei de măsline (uleiul de măsline conține maximul 0,5% apă și minimum 99% lipide).

Se dau următoarele valori:

Alimentul	Proteine %	Lipide %	Glucide %
Ardei gras	1,1	0,2	4,6
Roșii	1,1	0,3	4,3
Castaveți	1,3	0,2	2,9
Ceapă	1	0,2	8,5

**Timp de lucru – 10 minute**

### 2. Lucrul în echipă

Calculați valoarea energetică a unui mic dejun compus din: 200 ml lapte de vacă integral, 20g unt, 25g miere, 2 ouă fierte, 25 g telemea de oaie. Se dau următoarele valori:

Alimentul	Proteine%	Lipide%	Glucide%
Lapte de vacă integral	3,5	3,6	3,9
Unt	8	80	2,5
Miere	0,4	-	81,3



Ou	14	12	0,6
Telemea de oaie	17	20	1

**Timp de lucru – 15 minute**

### **3. Lucrul individual**

Pentru trei produse alimentare, la alegere, prezentați elementele care se regăsesc pe etichetă. Comparați cu informațiile pe care le-ați primit pe parcursul orelor din acest capitol.

**Timp de lucru – 20 minute**

### **4. Lucrul în echipă**

Realizați un poster de promovare pentru un produs alimentar tradițional, realizat în regiunea din care faceți parte. Luați în calcul calitățile unice ale produsului alimentar promovat de voi și anume: calitatea, gustul, proveniența, metodele de producție dar și locația de unde poate fi cumpărat.

**Timp de lucru – 20 minute**

### **5. Lucrul în echipă – Joc de rol**

Pentru un produs alimentar, la alegere, realizați o **prezentare** cu care să convingeți clienții de unicitatea produsului promovat.

Unul dintre membrii echipei va fi producătorul/vânzătorul produsului, alți trei vor fi clienții, iar restul vor aprecia calitatea prezentării directe.

**Timp de lucru – 50 minute**