

UNIVERSIDAD TECNOLÒGICA ISRAEL

CARRERA DE GASTRONOMÌA

**“PROGRAMA DE CAPACITACIÒN SOBRE LA
MANIPULACIÒN DE FRUTAS Y VEGETALES
EN LOS MERCADOS MUNICIPALES”**

Estudiante

Marìa Francisca Gòmez Aucapiña

Tutora

Msc. Paola Molina.

Quito Ecuador.

Diciembre 2012.

UNIVERSIDAD TECNOLÒGICA ISRAEL

CARRERA DE GASTRONOMÌA

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD

Yo Msc. Paola Molina, certifico que la Señorita María Francisca Gómez Aucapiña con C.C. No. 0103096574 realizó la presente tesis con título **“Programa de Capacitación sobre la Manipulación de Frutas y Vegetales en los Mercados Municipales”**, y que es autora intelectual del mismo, que es original, auténtica y personal

Msc. Paola Molina

UNIVERSIDAD TECNOLÒGICA ISRAEL

CARRERA DE GASTRONOMÌA

CERTIFICADO DE AUTORÌA

El documento de tesis con título **“Programa de Capacitación sobre la Manipulación de Frutas y Vegetales en los Mercados Municipales”** ha sido desarrollado por María Francisca Gòmez Aucapiña con C.C. No. 0103096574 persona que posee los derechos de autoría y responsabilidad, restringiéndose la copia o utilización de cada uno de los productos de esta tesis sin previa autorización.

María Francisca Gòmez Aucapiña

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

AUTORIZACIÓN DE EMPASTADO

Cuenca, diciembre, 06, 2012
OFI-002-AE-UP-12

Señorita
María Francisca Gómez Aucapiña
ESTUDIANTE DE LA CARRERA DE GASTRONOMÍA
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

Presente.-

De mi consideración:

Una vez revisadas las modificaciones de los informes emitidos, autorizamos a la estudiante María Francisca Gómez Aucapiña, alumna de la CARRERA DE GASTRONOMÍA, proceda con la impresión y presentación del empastado para el tema de tesis "PROGRAMA DE CAPACITACIÓN SOBRE LA MANIPULACIÓN DE FRUTAS Y VEGETALES EN LOS MERCADOS MUNICIPALES", para que siga con el proceso de graduación y defensa respectiva.

Cordialmente,

Ing.....

TUTOR

Msc. René Cortijo

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

*CC. Secretaría Académica
Archivo Unidad Especial de culminación de estudios y Titulación
/mp*

Dedicatoria

Con todo mi corazón al Sr. Francisco Gómez
mi querido Padre ejemplo de trabajo
responsabilidad y perseverancia.

A mi Madre adorada María Teresa Aucapiña
con sus sabios ejemplos despertó en mí
el amor a la Gastronomía

Para Uds. hermanas y hermanos
fortalezas en mi vida

Agradecimiento

A Dios Todopoderoso por bendecirme
con el don de la inteligencia.

A la Msc. Paola Molina brillante profesional
por su paciencia y bondad con que guiò
mi tesis.

Al Sr. Vicente Torres querido maestro
Pastelero del Hotel Oro Verde
por soportar mis novatadas
en las pasantías, por su amistad
y su apoyo moral e incondicional.

RESUMEN:

El vendedor de frutas y vegetales en los mercados municipales tiene un rol fundamental en la seguridad y en la conservación de la calidad de estos productos. Por su actividad laboral tiene contacto con ellos durante las primeras etapas de la cadena alimentaria, y esto hace que necesite una formación específica en manipuleo e higiene. Es tarea de las personas conocedoras de los procesos de manufactura capacitar mediante programas de formación continua, que los manipuladores de alimentos dispongan de todos los conocimientos necesarios para desarrollar correctas prácticas de manipulación, tanto para la preservación de la salud como para la prevención de las enfermedades transmitidas a través de frutas y vegetales sin los procesos de higienización adecuados, puesto que es uno de los problemas de mayor frecuencia en la vida de la población, y tienen su origen en el mismo acto de manipulación e higiene. Hoy en día, las medidas para evitar la contaminación de los alimentos son muy prácticas y sencillas y pueden ser aplicadas de manera exitosa, conociendo reglas simples de seguridad y calidad. Se aspira a que todos quienes trabajan en manipulación de alimentos en los mercados municipales tomen conciencia sobre la gran importancia que revisten las enfermedades de transmisión alimentaria, para evitarlas. En esta propuesta se plasma el desarrollo del programa de capacitación que abarca los temas fundamentales de solución a la incorrecta manipulación de frutas y vegetales, buscando obtener el máximo provecho de éste con el esfuerzo y el compromiso de todos.

SUMMARY:

The seller of fruits and vegetables in local markets has a major role in the safety and preservation of the quality of these products. For the ir work has contact with them during the early stages of the food chain, and this makes then ad for specific training in handling and hygiene. It is up to the people familiar with the manufacturing g process seasonable continuous the rough training, food handlers have all the knowledge gene dead to develop pepper hand ling practices for both the preservation of health and the prevention of diseased retransmitted ditch rough fruits and vegetables with out adequate sanitation processes, sincerities one of the most common problems in the life of the population, and are rooted in the very act of handling and safety. Today, theme assures to prevent contamination of food are very practical and simple and can be applied success fully, knowing simple rules of safety and quality. It is hoped the tall those working in food handling in the municipal markets become ware of the great importance of food-borne diseases, to prevent them. This proposal bodies the development of the training program covering the key topics of incorrect solution to handling of fruits and vegetables, looking gouged herms out of it with thee fort and commitment of all.

TABLA DE CONTENIDO

| | Página |
|---|---------------|
| 1. INTRODUCCIÓN | 1 |
| 1.1. Antecedentes | 2 |
| 1.2. Objetivos | 2 |
| 1.2.1. General | 2 |
| 1.2.2. Específicos | 2 |
| | |
| 2. MARCO DE REFERENCIA | 3 |
| 2.2.1. Marco Conceptual | 3 |
| 2.2.2. Fundamentación Teórica | 6 |
| 2.2.2.1. Teorías de Estudio | 6 |
| 2.2.2.2. Teoría de los Procesos | 11 |
| 2.2.3 Hipótesis | 35 |
| 2.2.3.1. General | 35 |
| 2.2.3.2. Específicos | 35 |
| 3.2 Población y Muestra | 45 |
| 3.3 Tipo y Nivel de la Investigación | 46 |
| 3.4. Técnicas e Instrumento | 47 |
| 3.5. Organización y Análisis de Datos | 48 |
| 3.6. FODA | 60 |
| 3.6.1. Conclusión FODA | 61 |
| 4. Resultados | 61 |
| 4.1. Identificar la Filosofía de los Mercados | 61 |
| 4.2. Misión | 61 |
| 4.3. Visión | 61 |
| 4.4 Políticas | 62 |
| 4.5 Estrategias del Mercado | 62 |
| 4.6. Definir las necesidades del Mercado | 63 |
| 4.7. Estructurar el Programa de Capacitación | 64 |
| 4.8. Cartilla de Aprendizaje y Desarrollo de Contenidos | 70 |

LISTA DE CUADROS Y GRÁFICOS

| | Página |
|---|---------------|
| Cuadro # 1 Análisis FODA | 60 |
| Cuadro # 2 Definición de Necesidades del Mercado | 63 |
| Cuadro # 3 Estructurar Programa de Capacitación | 64 |
| Cuadro # 4 Contenidos y Competencias Unidades I, II | 66 |
| Cuadro # 5 Unidad III | 67 |
| Cuadro # 6 Receta Mermelada de Moras | 86 |
| Cuadro # 7 Receta Mouse de Frambuesas | 87 |
| Cuadro # 8 Receta Batido de Kiwi | 87 |
| Cuadro # 9 Receta Ensalada de Uvas y Puerros | 88 |
| Cuadro # 10 Receta Batido de Frutillas | 89 |
| Cuadro # 11 Receta Compota de Duraznos | 89 |
| Cuadro # 12 Receta Sorbete de Papaya | 90 |
| Cuadro # 13 Receta Kake de Banano | 90 |
| Cuadro # 14 Receta Mistela de Capulí | 91 |
| Cuadro # 15 Receta Salsa rosada | 92 |
| Cuadro #16 Receta Salsa Chimichurry | 92 |
| Cuadro # 17 Receta Ensalada Mixta | 93 |
| Cuadro # 18 Receta Ensalada Mediterránea | 93 |
| Cuadro # 19 Receta Lazagña de Vegetales | 94 |

| | |
|--|----|
| Cuadro # 20 Receta Brochetas de Vegetales | 95 |
| Cuadro # 21 Receta Salteado de Espàrragos | 96 |
| Cuadro # 22 Receta Mazorcas de Maiz | 97 |
| Cuadro # 23 Receta Alcachofas asadas con Tomates | 98 |
| Cuadro # 24 Receta Muchines de Yuca | 98 |
| Cuadro # 25 Receta Purè de Papas Supremo | 99 |

ENTREVISTAS A VENDEDORAS

| | |
|---|----|
| Gráfico # 1 Resultados de entrevista pregunta # 1 | 49 |
| Gráfico # 2 Resultados de entrevista pregunta # 2 | 50 |
| Gráfico # 3 Resultados de entrevista pregunta # 3 | 51 |
| Gráfico # 4 Resultados de entrevista pregunta # 4 | 52 |
| Gráfico # 5 Resultados de entrevista pregunta # 5 | 53 |
| Gráfico # 6 Resultados de entrevista pregunta # 6 | 54 |

ENTREVISTAS A CONSUMIDORES

| | |
|---|----|
| Gráfico # 7 Resultados de entrevista pregunta # 1 | 55 |
| Gráfico # 8 Resultados de entrevista pregunta # 2 | 56 |
| Gráfico # 9 Resultados de entrevista pregunta # 3 | 57 |
| Gráfico # 10 Resultados de entrevista pregunta # 4 | 58 |
| Gráfico # 11 Resultados de entrevista pregunta # 5 | 59 |
| Gráfico # 12 Flujoograma Desinfección Vegetales y Hojas | 74 |

TABLA DE ANEXOS

| | |
|----------|--|
| Anexo 1 | Foto secciòn frutas Mercado ".El Arenal" |
| Anexo 2 | Foto secciòn frutas Mercado "El Arenal" |
| Anexo 3 | Foto secciòn frutas Mercado "El Arenal" |
| Anexo 4 | Foto secciòn frutas Mercado "El Arenal" |
| Anexo 5 | Foto secciòn vegetales Mercado "El Arenal" |
| Anexo 6 | Foto secciòn vegetales Mercado "El Arenal" |
| Anexo 7 | Foto secciòn vegetales Mercado "El Arenal" |
| Anexo 8 | Foto secciòn vegetales Mercado "El Arenal" |
| Anexo 9 | Foto secciòn vegetales Mercado "El Arenal" |
| Anexo 10 | Foto secciòn vegetales Mercado "El Arenal" |
| Anexo 11 | Foto entrevista a vendedoras Mercado "El Arenal" |
| Anexo 12 | Foto entrevista a vendedoras Mercado "El Arenal" |
| Anexo 13 | Foto entrevista a vendedoras Mercado "El Arenal" |
| Anexo 14 | Foto entrevista a consumidores Mercado "El Arenal" |
| Anexo 15 | Foto entrevista a consumidores Mercado "El Arenal" |
| Anexo 16 | Foto entrevista a consumidores Mercado "El Arenal" |
| Anexo 17 | Modelo entrevista a vendedoras Mercado "El Arenal" |
| Anexo 18 | Modelo entrevista a consumidores Mercado "El Arenal" |
| Anexo 19 | Solicitud a la I. Municipalidad de Cuenca |

1. INTRODUCCION:

La preparación de los alimentos es un arte, en el cual se unen el ingenio y los elementos a ser preparados.

Sabiendo las cualidades de los diversos alimentos y sabores, es completamente simple hacer de la cocina un centro agradable, en el cual la persona que cocina se explaye con satisfacción a fin de complacer paladares ajenos y el suyo propio, este documento incluye algunas novedades con respecto a la manipulación de frutas y vegetales en los mercados municipales.

La mayoría de personas que se dedican al ejercicio del arte gastronómico están concientes de la importancia de la aplicación de un Programa de Capacitación de Seguridad Alimentaria para los mercados municipales.

Lo aquí vertido es tomado de fuentes de información fidedignas como las que se mencionan en la bibliografía, y las frecuentes visitas realizadas para verificar la falta de higiene existente en la manipulación de los productos en los mercados de Cuenca.

El presente trabajo será una modesta contribución para lograr algunos cambios en el área de seguridad de los alimentos en los mercados municipales, además para toda persona que tenga interés sobre el tema, siendo resultado de una constante búsqueda de toda información que contribuya para la realización de este trabajo.

1.1 ANTECEDENTES:

¹Conocido es que en los mercados de venta libre tanto a nivel mundial, nacional como local, es imprescindible hacer uso de una manipulación higiénica de los productos que en ellos se expende. Al visitar el mercado de “El Arenal” en la ciudad de Cuenca por 5 sábados seguidos, en donde se expone la feria con mayor exhibición de venta de productos, la misma que fue con el carácter de usuario, verificando muy de cerca la forma de venta en este lugar, se llegó a evidenciar lo siguiente: No tienen la precaución de lavar sus manos, antes de manipular las verduras y frutas que expenden, no se exhiben correctamente antes de su venta y los lugares donde reposan no cumplen con las condiciones de higiene que estos productos requieren; es decir carecen completamente de conocimiento sobre manipulación higiénica de frutas y vegetales.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General.

Elaborar un Programa de capacitación sobre la Manipulación de Frutas y Vegetales en los mercados municipales.

1.2.2 Objetivos específicos:

- Fundamentar teóricamente el tema de estudio en base a las teorías que relacionen la problemática citada en este tema de investigación.
- Diagnosticar la situación actual del mal manejo de frutas y vegetales

¹<http://saludcolombia.com/actualsalud45colabora.htm,pàg.1>

- Proponer el programa de capacitación de manejo de frutas y vegetales en los mercados municipales.

2. MARCO DE REFERENCIA

2.2.1 Marco conceptual:

Manipulación de alimentos.- La manipulación de los alimentos debe hacerse en condiciones de máxima higiene.

Se considera manipulación de alimentos cualquier actividad empresarial en la que personas intervengan en aspectos como la preparación, fabricación, transformación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte, distribución, manipulación, venta, suministro o servicio de productos alimenticios destinados al consumidor.

A las personas que realizan las anteriores actividades se les conoce como manipuladores de alimentos y tienen una serie de obligaciones (de higiene) junto con los empresarios que los contratan (deber de formación).

La normativa de protección de los consumidores establece como derecho básico de los consumidores, el de la protección frente a los riesgos que puedan afectar a su salud y seguridad.²

Salud alimentaria.-³La higiene de los alimentos es el conjunto de prácticas, comportamientos y rutinas al manipular los alimentos orientadas a minimizar el riesgo de daños potenciales a la salud.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), la higiene alimentaria comprende todas las medidas necesarias para garantizar la inocuidad sanitaria de los alimentos,

²“MANEJO HIGIÉNICO DE LOS ALIMENTOS”, Manual Operativo ,SECTUR Programa “H”1988,1995, pàg.52

³<http://www.consumoteca.com/alimentacion/seguridad-alimentaria/higiene-de-los-alimentos>,pàg. 1

manteniendo a la vez el resto de cualidades que les son propias, con especial atención al contenido nutricional.

La contaminación de alimentos se produce desde diferentes fuentes así: el aire, el agua, el suelo, los seres humanos, los animales y demás seres vivos.

No todos los microorganismos que contaminan los alimentos crudos tienen la misma importancia sanitaria, unos se denominan microorganismos alterantes y los demás se denominan microorganismos patógenos.

Parte de la medicina que tiene por objeto la conservación de la salud, precaviendo enfermedades, considerando las diferentes modalidades de aparición de estas. Para ello se fundamenta en el estudio de la medicina y ciencias naturales, realizando investigaciones sobre la alimentación, del cuidado del cuerpo, deporte y toda clase de actividades

Contaminación cruzada.- ⁴En materia de higiene alimentaria, una contaminación cruzada es el contagio de un alimento cocinado con los microorganismos de otro alimento crudo, los utensilios usados para manipular éstos o el propio manipulador de alimentos.

Al estar los alimentos crudos altamente contaminados, ya que de origen pueden presentar multitud de microorganismos, es recomendable adoptar una serie de precauciones en contra de los microorganismos presentes en los alimentos crudos o en los utensilios utilizados para manipular estos, con los que pueda entrar en contacto y terminar contaminándose, dando origen a lo que se llama la contaminación cruzada.

⁴“MANEJO HIGIÉNICO DE LOS ALIMENTOS”, Manual Operativo SECTUR Programa “H”1988, 1995, pàg.6

Infecciones (ETAS)

⁵Las ETAS son producidas por la ingestión de alimentos o agua contaminados con agentes infecciosos específicos tales como bacterias, virus, hongos, parásitos, que en la luz intestinal pueden multiplicarse o lisarse y producir toxinas o invadir la pared intestinal y desde allí alcanzar otros aparatos o sistemas.

Calidad.- La calidad es un concepto que viene determinado por la conjunción de distintos factores relacionados todos ellos con la aceptabilidad del alimento.

"Conjunto de atributos que hacen referencia de una parte a la presentación, composición y pureza, tratamiento tecnológico y conservación que hacen del alimento algo más o menos apetecible al consumidor y por otra parte al aspecto sanitario y valor nutritivo del alimento"

En la práctica es preciso indicar la calidad a la que nos referimos:

- calidad nutritiva
- calidad sanitaria
- calidad tecnológica
- calidad organoléptica
- calidad económica

Son determinantes de la calidad:

- color
- olor
- aroma
- sabor

⁵<http://cuadernoderecursos.es/contaminacion-cruzada/>,pàg.1

- textura
- ausencia de contaminantes

Expendio de alimentos.- Son las instalaciones, en las que se expenden diferentes tipos de alimento e incluye los alimentos que requieren y no requieren refrigeración para su mantención los que requieren congelación. Todos los alimentos que se expenden deben provenir de una instalación autorizada. Almacén de comestibles, bares, carnicerías, expendio de frutos de país, expendio de helados, mini mercado, pescaderías, rotisería y fiambrería, supermercados, verdulerías, y fruterías.⁶

2.2.2 FUNDAMENTACION TEORICA:

Para la realización del programa de capacitación sobre la Manipulación de Frutas y Vegetales se utiliza como base fundamental teórica toda la información obtenida mediante la búsqueda detenida de libros especializados y fuentes confiables de la web, que aporten a la sustentación teórica fortaleciendo las bases de este proyecto. Toda investigación independientemente de su tipo, requiere de una fundamentación que permita hacer explícitas sus bases teóricas.

La fundamentación implica el desarrollo organizado y sistemático del conjunto de ideas, conceptos, antecedentes y teorías que permiten sustentar la investigación y comprender la perspectiva o enfoque desde el cual parte el investigador y a través del cual interpreta sus resultados.

2.2.2.1 TEORIAS DE ESTUDIO:

Las Teorías de estudio aplicadas son las siguientes:

⁶[Http://www. Lagastroteca.com tecnolg cuchara.htm,pàg.1](http://www.Lagastroteca.com/tecnolg_cuchara.htm,pàg.1)

Teorías de la Contaminación Cruzada:

Según el Autor Nicolás Appert.- Si los alimentos se calientan encerrándolos en recipientes con exclusión de aire, se mantendrían en buen estado por más tiempo. Con unas buenas prácticas de manufactura se evitaría la contaminación cruzada masiva causante de enfermedades infecciosas.⁷

Según el Autor Norberto Petryk.- La contaminación cruzada puede darse en todos los procesos de manipulación de un alimento, tanto en la producción de materias primas como en el proceso de elaboración, envasado, empaclado, almacenamiento y al momento de prepararlo y servirlo. Esta situación puede presentarse tanto en el entorno industrial como en un supermercado. Si no se aplica medidas de prevención crecerán los casos de personas con Celiasis (Intolerancia al gluten).⁸

Debate de las teorías y análisis sobre la contaminación cruzada:

En las dos teorías se menciona que la contaminación cruzada es la causa de enfermedades pero la que más hace énfasis en este punto es la del Chef Norberto Petryk que menciona específicamente la necesidad de un estricto control en la manipulación de alimentos para frenar los casos de enfermedad de Celiasis; lo que implica el enfoque que se desea dar a este programa de capacitación.

Teoría de las patologías y proliferación de bacterias.

Según el Autor Jean Seignalet.- Muchas patologías y la proliferación actual de otras se debe básicamente a: la ingesta de leche y sus derivados, el consumo de

⁷<http://www.slideshare.net/bemagualli/armand>,pàg.1

⁸<http://www.islabahia.com/artritisreumatoide/0401lasteoriasdejeanseignalet.asp>,pàg.1

cereales domésticos, la cocción de los alimentos, el refinado de los aceites y la contaminación y manipulación alimenticia.

En esta teoría se puede dar la contaminación de alimentos por la proliferación de bacterias que se descubrirían en los diferentes alimentos y procedimientos.⁹

Según el Autor Lamarck.- La primera teoría formulada por Lamarck. Es simplificada con el principio de “la herencia de los caracteres adquiridos”. Lamarck propuso que la gran variedad de organismos, eran formas estáticas creadas por Dios, habían evolucionado desde formas simples; postulando que los protagonistas habían sido los propios organismos por su capacidad de adaptarse al ambiente: los cambios del ambiente genera nuevas necesidades en los organismos y esas nuevas necesidades conllevan una modificación de los mismos que sería hereditaria.¹⁰

Debate de las teorías y análisis sobre la proliferación de bacterias:

Si la proliferación de las bacterias es por herencia de caracteres adquiridos según Lamarck, éstas evolucionan de formas simples como la contaminación de los alimentos a través de sus incorrectos procedimientos de manipulación como dice Signalet en una manera más clara y precisa; es esta teoría la que se aplica al programa de Manipulación de Frutas y Vegetales por estar más vinculada al tema.

Teorías de la Capacitación:

Según Schôn nos recuerda que todo hacer está basado en una teoría de la acción, una teoría elegida que verbalizamos y una en uso que es la que se infiere de

⁹[WWW.contaminacion-cruzada-en-celiaguia.pàg.3](http://www.contaminacion-cruzada-en-celiaguia.pàg.3)

¹⁰[http://www. “Teoría de la simbiogénesis” - Wiki pedía, la enciclopedia librees. pàg. 1.2.3](http://www. Teoría de la simbiogénesis)

observar nuestros actos. El buen ejercicio de la capacitación partirá de observación de las conductas reales, reconocimiento de consecuencias no deseadas y a partir de la sorpresa irá al análisis de los contextos en que esas conductas fueron aprendidas para volver luego a la acción ensayando nuevas prácticas.

Según Ernesto Gore: una acepción de Competencias designa a las capacidades de las organizaciones que resultan estables para el negocio. Término colectivo. Competencia clave es aquella poco común, valiosa para clientes, difícil de asimilar y arraigada al contexto organizativo. No cualquier competencia es clave.

La segunda acepción, alude a capacidades individuales de las personas. Relacionada con una capacidad superior, cuando podemos hacer algo mayor que los demás. La que nos emparenta con los valores y modelos mentales, la que lo liga a conocimientos y habilidades vinculadas con el trabajo, la que lo relaciona con habilidades propias de tareas no rutinarias.¹¹

Debate de las teorías y análisis sobre la Capacitación:

Los dos autores coinciden que en la capacitación intervienen nuestras conductas reales, nuestros valores mentales, y al ser vinculados crean el conocimiento necesario para desarrollar habilidades en el trabajo diario o tareas no rutinarias; las dos teorías se asemejan al programa de capacitación sobre la Manipulación de Frutas y Vegetales pero se aplicará la teoría de Ernesto Gore por ser más clara y definida, además muestra que en el programa de capacitación se presenta la

¹¹<http://estudiantesdefsoc.com.ar/relaciones-de-trabajo/74-psicologia-del-trabajo/1194-apacitacion-y-teorias-de-aprendizaje.html>,pàg.1

oportunidad de descubrir talentos y aptitudes ocultas en los participantes del programa.

Teoría de la Microbiología según el Autor Louis Pasteur: en la ciencia de la microbiología, se demuestra que los gérmenes son causantes de enfermedades (patógenos), inventó el proceso que lleva su nombre y desarrolló vacunas contra varias enfermedades, incluida la rabia.

Según la teoría de Pasteur declara que una incorrecta manipulación de alimentos dentro de cualquiera de las etapas puede causar enfermedades transmitidas por los alimentos.¹²

Teoría Microbiana según el Autor Robert Koch: médico alemán, es señalado como uno de los pioneros de la microbiología y de la bacteriología médica, desarrolló la teoría microbiana de la enfermedad que planteaba que las enfermedades infecciosas son de origen microbiano que en su mayoría se producen y desarrollan en la preparación e ingesta de alimentos, tienen su periodo de incubación en gran parte de éstos y, de paso, elaboró un revolucionario protocolo experimental los postulados de Koch con el fin de establecer cuándo un microbio putativo es la condición necesaria y suficiente para ocasionar una patología cualquiera.¹³

¹²<http://www.portalplanetasedna.com.ar/pasteur.htm>pàg.1

¹³<http://www.scielo.org.co/pdf/agc/v26n1/v26n1.pdf>,pàg.3

Debate sobre las teorías y análisis de la Microbiología:

Las dos teorías hablan claramente en donde y porque se producen los microbios, las consecuencias y complicaciones que éstos conllevan a la salud al no tener las debidas precauciones, están basadas específicamente en la manipulación higiénica de los alimentos en todas sus etapas. Se aplicará la teoría de Louis Pasteur al programa de capacitación por ser un autor más conocido y reconocido a nivel mundial que además de esta teoría tiene otras demostradas a base de experimentos y creado procesos para unos casos, vacunas en otros para lograr combatir estas afecciones.

2.2.2.2 TEORÍA DE LOS PROCESOS:**Conceptos de Capacitación y Formación:**

a.- La Capacitación: en un primer lugar, se puede definir como la adquisición de habilidades y capacidades de acción en el mundo en que se vive, como recursos operacionales que la persona tiene para realizar y para alcanzar objetivos determinados: capacitar implica mostrar el camino (ya andado) y perfilar al capacitado para que siga esa misma ruta, donde no es posible ningún cambio y,

quizá, ningún crecimiento, pues el conocimiento adquirido es en su mayor parte técnico o técnica y, por lo tanto, el derrotero está ya trazado.¹⁴

b.- La Capacitación es un término introducido mucho más recientemente en el lenguaje educativo, y suele designar la adquisición de conocimientos y técnicas necesarias para ejercer una profesión o actividad determinada. La instrucción forma parte del proceso, por cuanto incide sobre la forma organizada de adquirir conocimientos y técnicas.

a.- La Formación para muchos es un concepto equivalente al de educación, equiparándose “Proceso Educativo” y “Proceso Formativo”. Otros sin embargo, consideran la formación como un estadio superador de la simple instrucción pero permaneciendo estrechamente vinculada a ello, ya que se refiere al ámbito intelectual; así que se considera que la formación comparte con la instrucción el ofrecimiento de un contenido pero excede a la simple adquisición de conocimientos o destrezas en el sentido que convierte la materia transmitida en un elemento libremente disponible y fecundo espiritualmente, es el resultado de una instrucción catalogable como educativa y que ha sido plenamente integrada por el sujeto; hasta llegar a formar parte de su patrimonio personal consolidado. La formación permite hablar de resultados concretos, de metas realmente alcanzables.

b.- La Formación en la sociedad, suele utilizarse esta terminología también para referirse a todo tipo de enseñanza gradual que cumple la función de dar una orientación particular a la persona que aprende y a encaminar sus conocimientos a

¹⁴http://biblioteca.itson.mx/oa/educacion/oa46/conceptos_basicos_educacion/x7.htm#pàgs,1,2,5

partir de ciertas directrices definidas. La formación puede desarrollarse en diversos ámbitos tales como el escolar, el universitario, el laboral, etc. siempre y cuando se reciba algún tipo de instrucción.

Análisis: si la capacitación es la adquisición de habilidades, capacidades y técnicas de acción para ejercer una profesión o actividad determinada y la formación es el resultado de una instrucción educativa que cumple la función de orientar a la persona que aprende y encamina sus conocimientos; entonces se habla del complemento perfecto y se aplica al programa de capacitación sobre: Manipulación de Frutas y Vegetales en donde debe primar siempre la capacidad y formación para lograr concretar las metas trazadas.

PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN:

a.-¹⁵Es una guía que se constituye en una herramienta para quienes imparten la capacitación, con el propósito de garantizar que los mismos contribuyan a subsanar los aspectos de desempeño. Aquí se contienen los elementos estrictamente necesarios para que un curso u otra actividad de formación y entrenamiento permitan efectivamente que los participantes saquen provecho de la misma. En todas las empresas hay situaciones que mejorar y que tienen que ver con el personal, sin embargo, probablemente algunas de esas situaciones se pueden solucionar con programas de capacitación y otras no. Para estar seguros de que una situación puede solucionarse capacitando al personal, es importante realizar el análisis de la misma.

¹⁵[http:// www.forengalicia.es/promo/glosario.html](http://www.forengalicia.es/promo/glosario.html), pàg.1

b.- Al interior de las empresas, es posible capacitar a los trabajadores (as) para mejorar sus competencias laborales, apoyando de esta manera el aumento de la productividad y competitividad. Esa inversión puede ser deducida de los impuestos de las empresas. El mismo beneficio está disponible para capacitar a potenciales futuros trabajadores de una empresa, antes de ser contratados, o para realizar acciones de RSE con personas que no tienen ninguna relación laboral con alguna empresa y que son formadas en un oficio.

Análisis: estos programas siempre son la herramienta principal para iniciar una capacitación, tienen la finalidad de mejorar las competencias laborales sean dependientes de una empresa o autónomos, apoyando el aumento de la productividad y competitividad empresarial en el primer caso y en el segundo caso mejorar la Manipulación de Frutas y Vegetales para mantenerse firmes frente a la competitividad en el área de los mercados.

OBJETIVOS DE LA CAPACITACIÓN: MANEJO DE CONTENIDOS

Objetivos: un objetivo es la meta a la que se quiere llegar. Para diseñar programas de capacitación se requieren los siguientes:

a.- Objetivos Terminales: indican la conducta que mostrarán los participantes al finalizar un curso o programa de capacitación. Se refiere a la conducta pues según la teoría de aprendizaje todo conocimiento nuevo que adquiere una persona, produce en ella un cambio de conducta. Por ejemplo; al finalizar el curso sobre Manipulación de Frutas y Vegetales los participantes serán capaces de completar todos los pasos

de higienización y prevención de contaminación de acuerdo a los principios gastronómicos aceptados”.

b.- Objetivos Específicos: son objetivos de menor nivel que se van logrando conforme avanza el desarrollo del programa. Se refieren a conductas observables que el participante realiza y por lo tanto son directamente evaluables. Expresan un mayor grado de especificidad, por tal razón se les denomina también Objetivos Operacionales. Características de estos objetivos:

- a) Se refieren a conductas observables
- b) Son directamente evaluables
- c) Indican claramente a los participantes lo que se espera de ellos
- d) Tienen límite de tiempo para su cumplimiento
- e) Se limitan a una sola conducta¹⁶

Análisis: tanto los objetivos terminales como los específicos tienen importancia al impartir un programa de capacitación, en el primero se dice claramente que son los cambios o reacciones que se observará en los participantes al finalizar el programa de capacitación sobre la Manipulación de Frutas y vegetales, y el segundo indica los cambios que éstos van presentando en el transcurso del programa es muy clara e importante la definición, pues sin objetivos nada tendría razón de ser.

¹⁶<http://www.ilustrados.com/tema/4751/Guia-para-diseno-Programas-Capacitacion.htmlpàg.1>

Manejo de Contenidos:

a.- El contenido hace referencia a las unidades que integran un programa de capacitación. Los objetivos que se plantean determinan los contenidos a considerar, pues son indicadores de los aprendizajes que se estiman alcanzar, de tal manera que el contenido debe estar íntimamente ligado a los objetivos que se pretenden alcanzar.

b.- Consiste en una interfaz que controla una o varias fuentes que abarcan todo el análisis realizado previo la elaboración de un programa y todos los pasos que pretende darse en busca de la solución a una problemática, siendo el capacitador la persona que se encarga del control; haciendo uso de estos contenidos para crear, editar, gestionar y publicar permitiendo que sean visibles a todo el público (los aprueba). El capacitador maneja de manera independiente el contenido y también en caso de ser necesario aplica un diseño haciendo posible manejar el contenido y darle en cualquier momento un diseño distinto sin tener que cambiar su formato, además le permite una nueva y fácil publicación.¹⁷

Análisis: los objetivos que se plantean son la base para desarrollar el contenido del programa de capacitación sobre la Manipulación de Frutas y Vegetales, y su manejo está a cargo del capacitador, luego los contenidos vienen siendo indicadores del aprendizaje de todo lo impartido en el programa.

17<http://Sistema de gestión de contenidos - Wikipedia, la enciclopedia librees.pàgs3, 4, 5>

COMPETENCIAS DE LA CAPACITACIÓN:

a.- Las competencias son la capacidad de una organización de atraer, desarrollar y mantener el talento se orienta a rentabilizar la inversión en las personas e impactar de modo más directo en los resultados de las instituciones. Existen las competencias básicas que se refieren a habilidades básicas establecidas como requerimientos mínimos que debe dominar un trabajador para ejercer cualquier cargo dentro de una organización y las competencias distintivas son claves para el negocio y cultura que la empresa quiere impulsar, basado en su estrategia y plan de negocio, lo cual se logrará alcanzar siempre capacitando al personal, hasta lograr alcanzar que sean competentes para cualquier actividad que se le encargue realizar dentro de la organización o empresa.¹⁸

b.- Consiste en romper obstáculos que en algún momento se presentan en las organizaciones impidiendo una mejor dinámica a la hora de capacitar a su personal, pero en sí la capacitación por competencias es un enfoque mas personalizado y en avance modular, con lo que permite al individuo acoplar mejor sus atributos y las capacidades personales con las necesidades de formación. También las pruebas son más estimulantes porque el estándar que se tiene para alcanzar no es un secreto sino que lo sabe la persona de antemano, dirigiendo sus esfuerzos de aprendizaje.

Análisis: queda muy claro que no son los recursos materiales de las organizaciones, los que contribuyen a una excelencia, sino la base de la competitividad de una organización, que está dada por un conjunto de competencias que entregan las herramientas necesarias, permitiendo el acceso a nuevos productos y nuevos

¹⁸<http://www.emagister.com/curso-desarrollar-capital-humano/capacitacion-competenciaspàg.1>

mercados, la preocupación y desarrollo de las competencias, depende exclusivamente de la organización potenciar al máximo el recurso más importante de la organización, como es el capital intelectual presente en todo ser Humano.

METODOLOGÍAS DE CAPACITACIÓN:

a- Al desarrollar la estrategia general y los planes detallados de cada sesión de la capacitación, con base en los objetivos determinados, es esencial que se elija una estructura y una metodología que tenga la mayor efectividad para el ambiente en que se realice, tomando en consideración factores tales como:

- El entorno cultural
- Los recursos disponibles para la capacitación
- El tiempo disponible
- Los recursos económicos
- La eficiencia con respecto al costo.

Además de estos métodos de capacitación formal, no debe subestimarse la importancia de las actividades informales usadas como refuerzo. Que podrían incluir el contacto a través de actividades sociales.¹⁹

b.- La Metodología es un conjunto de conceptos, sugerencias e instrucciones para las actividades de Capacitación, hace referencia a algunos principios básicos y ayuda en la toma de las decisiones para estructurar las actividades de capacitación. Las personas capacitadoras, deben hacer uso de su contenido. Tiene un carácter abierto y puede ser complementada con nuevos conceptos, sugerencias

¹⁹http://www.google.com.ec/#hl=es-419&gs_nf=3&pq=www.%20pàg3

metodológicas o instrumentos que vayan surgiendo durante el desarrollo de las actividades de capacitación.²⁰

Análisis: en el espacio donde se aplicará el programa de capacitación sobre la Manipulación de Frutas y Vegetales que son los mercados municipales es de gran importancia no descuidar la metodología a ser utilizada especialmente en lo que hace referencia al entorno cultural, no todos los participantes tienen el mismo nivel de educación, por lo tanto se debe utilizar un vocabulario claro y entendible.

TÉCNICAS DE CAPACITACIÓN:

a.- Es la mejor manera de aprender con experiencias propias. Sin embargo, ser un buen observador, un ávido lector o un sujeto curioso también nos transforma en “buenos alumnos de la vida”. los mejores líderes siempre han sido personas íntegras en el ámbito privado, que se han ocupado personalmente de su aprendizaje como humanos y no han dejado escapar oportunidad de mejorarse a sí mismos y evolucionar, aun en las adversidades; que son las ocasiones que realmente pueden dejarnos un pequeño o gran legado: la experiencia.

Estimular la curiosidad y la investigación en nuestra gente con:

El juego: Aprendemos a vivir jugando.

El humor: pero no todos hacemos buenas bromas e incluso podemos estropear la atención de los que nos escuchan al decir una expresión graciosa que no haga reír a nadie. Por eso, en caso de duda, mejor abstenerse.

²⁰http://proyecu.galeon.com/cuadernos/cuad0/cuad0_2.html ,pàg. 6

Los ejemplos: ejemplificar cada concepto con experiencias claramente comprensibles.

Y las historias: quién no ha aprendido de buenos cuentos y relatos que cautivan a pequeños y a grandes.

Acompañar personalmente a la gente: estar cerca, observar, escuchar. Aproximarse y en voz baja aclarar una tarea bien realizada o corregir un error.

b.- Las técnicas de información y capacitación en la sociedad del conocimiento producen cambios de paradigmas en las formas de ver y vivir la vida, afectando los procesos de aprendizaje, haciendo que reformulemos el desarrollo científico-técnico de la sociedad actual y su proyección futura, lo cual plantea nuevos retos en los procesos de capacitación.

En este sentido, lo que hoy se crea y valora como novedoso, prácticamente mañana se vuelve obsoleto y fuera de época; lo que en este momento constituye una verdad científica unánimemente aceptada en poco tiempo se convierte en materia de controversia de la cual muchos disienten, pues surgen elementos de la realidad que profundizan y muchas veces cuestionan los datos anteriores.

Análisis: las técnicas anotadas dejan un mensaje claro que no solo es realizar un programa de capacitación magistral, también en este caso de la capacitación se puede recurrir a las técnicas de juego, humor, ejemplos reales pero siempre estar cerca de la gente que participa en el programa de capacitación con el firme propósito de ayudarlo y corregirlo de manera muy discreta, es decir estar siempre vigilando su aprendizaje.

Técnicas de capacitación y entrenamiento:

a.- Existe una amplia variedad de métodos o técnicas para capacitar al personal que ocupa puestos no ejecutivos. Ninguna técnica es siempre la mejor, el mejor método depende de:

- La efectividad respecto al costo
- El contenido deseado del programa
- La idoneidad de las instalaciones con que se cuenta
- Las preferencias y la capacidad de las personas
- Las preferencias y la capacidad del capacitador
- Los principios de aprendizaje a emplear.

Las técnicas de capacitación más comunes son las siguientes:

b.- Las técnicas son de gran importancia dentro de la capacitación y entrenamiento en una organización.

La capacitación a todos los niveles constituye una de las mejores inversiones que hace la empresa que es fuente de ventajas competitivas a corto largo plazo y una de las principales fuentes de bienestar para el personal.

- Conduce rentabilidad más alta y actitudes mas positivas
- Mejora el conocimiento del puesto a todos los niveles.
- Crea mejor imagen ante los clientes
- Mejora la relación jefes-subordinados
- Se promueve la comunicación a nivel de toda la organización

- Reduce la tensión y permite el manejo de áreas de conflictos
- Se agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas
- Promueve el desarrollo de las personas mediante la promoción
- Contribuye a la formación de líderes y dirigentes

¿Cómo beneficia la capacitación al personal?

- Alimenta la confianza, la posición asertiva y el desarrollo
- Contribuye positivamente en el manejo de conflictos y tensiones
- Forja líderes y mejora las aptitudes comunicativas
- Sube el nivel de satisfacción con el puesto
- Permite el logro de metas individuales
- Desarrolla un sentido de progreso en muchos campos
- Elimina los temores a la incompetencia o la ignorancia individual.

Análisis: la capacitación es una de las mejores inversiones en todos los ámbitos pero mucho más en la Manipulación de Frutas y Vegetales, se debe recordar que está completamente ligada a nuestra alimentación, pero no siempre esta capacitación será dedicada solo a las personas que venden sus productos, sino también a los consumidores que en muchas ocasiones han demostrado no hacer uso de estos hábitos.

ESTRATÉGIAS DE CAPACITACIÓN:

MONITOREO Y EVALUACIÓN DE LOS PROCESOS

a.- En la práctica del análisis de políticas, programas y proyectos, se ha distinguido el monitoreo, o la evaluación de procesos, de la “evaluación de resultados”. El

monitoreo hace un seguimiento de las acciones de la iniciativa que se evalúa y los productos de dichas acciones. El propósito del monitoreo consiste en detectar de manera oportuna las fortalezas y deficiencias de los procesos de ejecución, con tal hacer ajustes para una óptima gestión de las iniciativas, “para optimizar los resultados esperados y responder a las expectativas de la ciudadanía”.

Los procesos de monitoreo y de evaluación son complementarios entre sí, ya que el monitoreo permite describir y calificar el cumplimiento del plan de trabajo y la evaluación permite ver si dicho cumplimiento, a su vez, ha conducido al logro de efectos e impactos que dan una razón de ser a la iniciativa.

Asimismo, la evaluación de resultados resulta inviable sin el monitoreo. La evaluación requiere de buena información generada por el monitoreo, pues para juzgarla eficacia y eficiencia de unas determinadas acciones en el logro de mejoras en las condiciones de vida, será indispensable conocer los aspectos cuantitativos y cualitativos de la ejecución de dichas actividades. El monitoreo y la evaluación son instrumentos que acompañan y forman parte integral de los procesos de formación y gerencia de políticas y programas. Por tanto, la evaluación inicia desde el momento que se define el problema que se busca enfrentar o la necesidad que se propone atender; forma parte de procesos decisorios y diálogos en las etapas de formulación de políticas, programas y estrategias; acompaña el proceso gerencial, alimentándolo oportunamente sobre los logros, avances y limitaciones, puede también aplicarse de manera retrospectiva.²¹

²¹<http://www.decon.edu.uy/100jovenes/materials/sgNC-20.pdf> pàg.1

Un viejo dicho “El monitoreo se hace durante la ejecución; la evaluación se hace después de terminar” corresponde a una visión ya agotada y limitada a proyectos de inversión de corta duración. La idea no aplica a proyectos y programas sociales que tienden a ser iniciativas de mayor envergadura o mayor plazo, programas de vida larga o iniciativas continuas para apoyar la entrega de servicios básicos.

b.- El monitoreo y la evaluación significa recoger y usar información. Mientras que en la mayoría de los aspectos de nuestras vidas se reconoce la importancia de la información, en el contexto de proyectos y organizaciones no se reconoce la importancia de la información obtenida del monitoreo y evaluación. Con frecuencia, en el campo del desarrollo, el monitoreo es un requisito impuesto por los donantes en las instituciones. Como tal, los que reciben financiamiento son renuentes a realizar las actividades de monitoreo requeridas. El monitoreo también es visto como un fin en sí mismo, por lo que algunos gerentes de proyecto completan formularios y preparan informes sin que necesariamente utilicen la información para la evaluación interna y planificación del programa.

De manera similar, la evaluación se conduce con frecuencia para satisfacer requisitos externos o hacer un juicio sobre si un proyecto debe continuar recibiendo financiación. Con menos frecuencia, la evaluación es una herramienta para fortalecer un proyecto y empoderar a los participantes o clientes del proyecto.²²

Análisis: “El monitoreo se hace durante la ejecución; la evaluación se hace después de terminar, es decir los dos van de la mano, en el programa de capacitación sobre la Manipulación de frutas y vegetales es de suma importancia poner en práctica

²²www.policyproject.com/pubs/.../Policy%20Proj%20Sec%20III-8.pdfpàgs,2,3,4

estos dos pasos para poder ir aplicando correctivos durante el proceso y tener los resultados positivos esperados al terminar la capacitación, con esto no se verá como un mal gasto sino como una excelente inversión.

Comunicación Estratégica; Comunicación Gastronómica:

a.- Las tendencias de comunicación implementadas sobre la variable gastronomía han resultado ser extraordinariamente prolíficas en los últimos años.

Tanto es así, que lo que en sus inicios representaba el complemento perfecto a unos recursos territoriales turísticos singulares, en la actualidad deviene argumento central en los procesos de comercialización y/o creación de imagen de marca de un destino turístico.

La sugestión y los procesos emocionales que se derivan de la experiencia vivencial que supone una buena gastronomía han disparado las posibilidades de explotación comunicativa de los parabienes y del confort asociados a la “buena mesa”.

Comúnmente, se habla del “buen comer” en términos de “unos de los placeres de la vida”. Esta asociación de ideas, se ha hilvanado con extraordinaria clarividencia por las mentes pensantes del marketing y, más ampliamente, en los procesos de comercialización de conceptos y mercados.

La explosión comercial de la gastronomía como argumento de atracción territorial y turística, canaliza sus fuerzas a través de la exposición mediática de sus referentes en este caso chefs de talla mundial utilizados hábilmente a modo de preceptores mediáticos.

La gastronomía es sugerente, emocional, vibrante, misteriosa. En fin, dispone de todos los ingredientes nunca mejor dicho en este caso intangibles, con los cuales edificar un mensaje de atracción emocional.

No olvidemos que, ante todo, la gastronomía es identitaria, singular y propia de un país y/o región y, en este sentido, resulta decisiva en el cimiento de identidades territoriales tan necesarias en los procesos de construcción de marca para los territorios.

En efecto, vivimos en la sociedad de las emociones, comercializamos y compramos emociones y la gastronomía es emocional por excelencia. En este sentido, se impone un panorama empresarial altamente competitivo en términos de comunicación gastronómica. Ello significa que no es suficiente con ser buenos, hay que demostrarlo y, ante todo, hay que saber comunicarlo al exterior.

En el ámbito de la comunicación turística el peso específico o la cuota de protagonismo ocupada por la variable gastronomía, no ha parado de aumentar en los últimos años. Tanto es así, que muchos destinos turísticos que antaño se posicionaban en el mercado del turismo a partir del ofrecimiento de sus singularidades territoriales (naturales, culturales, arquitectónicas, etc.), hoy en día apuestan por incorporar a su “producto gastronómico estrella” a modo de referente turístico comercializable de su territorio. Es el más claro ejemplo del atractivo implícito en la variable gastronomía.

Históricamente, el turismo y la gastronomía han ido cogidos de la mano. El enoturismo (turismo del vino) o el óleo turismo (turismo del aceite) son prácticas ya habituales en destinos que han proyectado su oferta a partir de un producto con

denominación de origen que otorga el tinte de singularidad necesario para posicionarse con valor añadido en un mercado turístico cada vez más competitivo. En su artículo: "Introducción a la semiología gastronómica", el profesor Fernando Parodi señala, que, en términos estrictos, esta variable de la comunicación debe interpretarse del siguiente modo: el cocinero desempeña el rol de (emisor) el cual codifica una receta en un plato de comida (mensaje), mezclando ciertos ingredientes de una forma determinada a una temperatura especial etc. (códigos) que el comensal (receptor) consume (decodifica) con todos sus sentidos. La comunicación gastronómica ha expandido sus tentáculos no únicamente en el ámbito de la promoción turística, sino que representa una tendencia de comunicación absolutamente autónoma en el ámbito, por ejemplo, de la restauración.

Los restaurantes, cada vez más, miman con especial esmero los aspectos de comunicación interna y externa que, sin duda, fortalecen su buena reputación. El trabajo específico de restaurantes en los niveles tipográficos a la hora de redactar su propuesta gastronómica, el trabajo exhaustivo y meditado con logotipos y eslóganes en aras de consolidar una identidad corporativa adecuada a una determinada tipología de restaurante, los aspectos decorativos, es decir, el famoso "ambiente" en los niveles de confort que tanta importancia ha adquirido en los últimos tiempos, etc. En conjunto, se trata del sugerente despliegue de "intangibles comunicativos gastronómicos" que, en un marco de galopante competitividad entre restaurantes, adquieren el calificativo de decisivo "valor añadido" el cual "pone en valor" una propuesta gastronómica que se sobreentiende sublime.

En este sentido, el tratamiento comunicativo de la gastronomía merece, por ejemplo, la progresiva implantación de consultorías dedicadas, única y exclusivamente, al marketing gastronómico “gastro marketing” con especial incidencia en el ámbito de la comunicación gastronómica. Crear marcas emocionales, deseables, sugerentes a partir de productos alimenticios es práctica habitual en agencias de publicidad, consultorías de comunicación, etc.

El Periódico de Cataluña, ha sido distinguido con numerosos galardones y premios por su labor periodística relacionada con la gastronomía. Ha creado innumerables vocablos en el ámbito específico del periodismo gastronómico. Destaca, especialmente el término “tecno emocional” y pretende reflejar el universo creativo, mediático en el cual se encuentra sumido en la actualidad el mundo de la gastronomía.

Existe ya un particular universo que encuentra su constelación de gurús en personajes de talla internacional como Ferrán Adrià, Juan Mari Arzak, Martín Berasategui se debe destacar también, la importante tarea de formación que las facultades universitarias llevan a cabo en relación a la comunicación gastronómica. Importante demanda de profesionales cualificados en este ámbito ha impulsado a varias universidades a implantar estudios de postgrado especializados en la temática que hoy nos ocupa. Ello implica una interesante fusión e interacción de profesionales de la gastronomía y profesionales de la comunicación que enriquece, sin duda, el discurso comunicativo global que se desprende de los fogones.²³

²³ www.gestionrestaurantes.com/llegir_article.php?article_pàg.1

b.- Orihuela y la “Comunicación gastronómica en medios sociales”. Si bien las comunidades sociales mejoran la capacidad de difusión de cualquier compañía, Orihuela recomendó que no olviden el espacio físico, es decir, que a la hora de promocionar sus productos sigan utilizando los formatos tradicionales. “Las ferias y los mercados del mundo no digital van a tener todavía importancia para las marcas”, aseguró el profesor. De manera que abogó por una estrategia comunicativa que integre los medios sociales de masas con las fórmulas propias del espacio físico. “Si los clientes de una determinada empresa son bien atendidos, pasarán a ser prescriptores de la compañía”, detalló para revelar la importancia que pasa a tener la audiencia en el éxito de un negocio porque el testimonio del público es “vital”.²⁴

Análisis: no se debe olvidar que la gastronomía es la identidad singular y propia de un país y/o región y, en este sentido, resulta decisiva en el cimiento de identidades territoriales tan necesarias en los procesos de construcción de marca para los territorios.

Todos estos aspectos se dan a conocer al mundo a través de la comunicación, pero hoy en día mucho se va desconociendo estas raíces ya sea por ganar a la competencia o por el simple hecho de generar novedad publicitaria. Se debe entonces tomar la comunicación gastronómica para darle el verdadero uso crecer y hacer crecer nuestra identidad gastronómica a nivel mundial tal como es.

De esta manera ya ha mejorado el turismo gastronómico nacional y por ende también ha mejorado el aspecto económico local.

²⁴www.7canibales.com/?p=8152,pàg.1

Información Gastronómica:

b.- Es un conjunto de datos con un significado, es decir, que reduce la incertidumbre o que aumenta el conocimiento de gastronomía específicamente, la información gastronómica es un mensaje con significado determinado en el contexto del arte culinario, disponible para uso inmediato y que proporciona orientación a las acciones por el hecho de reducir el margen de incertidumbre con respecto a las decisiones que se tomen o deban tomarse a tiempo.²⁵

Análisis: la información consiste en un conjunto de datos que poseen un significado, en este caso gastronómico de modo tal que reducen la incertidumbre y aumentan el conocimiento de quien se acerca a contemplarlos. Estos datos se encuentran disponibles para su uso inmediato y sirven para clarificar incertidumbres sobre la gastronomía, pero estos datos y conocimientos están estrictamente ligados con mejorar nuestra toma de decisiones. Si una persona se encuentra bien informada sobre un aspecto gastronómico, seguramente su decisión al respecto en el momento preciso podrá ser más acertada que uno que no lo esté, este particular se aplicará en función a los mercados municipales

Perfiles de los capacitadores:

a.- Relaciones interpersonales; que le permitan establecer nexos y redes con quienes interactúa: participantes, colegas y con todas aquellas personas que pudieran fungir como pieza clave para llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje. Esto tiene que ver con ese don de gentes o capacidad para relacionarse con los semejantes y alcanzar un fin común. Un ejemplo es cuando una profesora

²⁵<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definicion-informacion.html>pàg.1

muy estricta que impone en su clase una disciplina férrea; sin embargo, es a la vez una persona cálida con enorme capacidad no sólo para aclarar todas las dudas, incluso fuera del lugar de la capacitación, sino para escuchar inquietudes diversas y conformar relaciones de ayuda y orientación con personas e instancias diversas.

Análisis y solución de problemas; es la competencia entendida como capacidad para discriminar y comprender aspectos esenciales de la información a transmitir, así como los planteamientos expuestos por los aprendices. Una labor educativa integral debe traducirse en la capacidad para sintetizar el cúmulo de conocimientos que como avalancha bombardean desde distintos ángulos: medios masivos, electrónicos e inquietudes y necesidades particulares de aprendizaje expuestas por cada participante en un proceso de formación o capacitación.

Liderazgo; (influencia, procesos y persuasión), que tenga como fin conducir al grupo hacia los propósitos tendientes que hagan posible que incorporen a su comportamiento los nuevos procedimientos y estrategias. Un líder es, entre otras cosas, alguien capaz de llevar a otros de un punto promedio de rendimiento a uno superior. Como facilitadores debemos ir más allá y lograr que las personas excedan sus propias expectativas al hacer propios los conocimientos recién escuchados.

Servicio al cliente; pues la razón de su función deberá derivarse de una actitud de servicio y detección de las necesidades de sus clientes para satisfacerlas.

Orientación a resultados definida como la capacidad de implantar los pasos necesarios que faciliten la consecución de las metas; este aspecto también es clave; muchos instructores transmiten de manera estupenda y con un lenguaje claro y preciso sus conocimientos, pero carecen de un método puntual que traduzca toda

esa riqueza conceptual en resultados visibles, prácticos y útiles para alcanzar el objetivo.

Administración del tiempo; tener la capacidad de realizar un cronograma de actividades y ponerlo en práctica con los ajustes que se vayan dando al momento de su ejecución.²⁶

b.- Ser tolerante a la presión; mantener el control emocional frente a un grupo y sus demandas, y ante las cargas de trabajo y las urgencias.

- Poseer, un sólido sentido de empuje o pro actividad; por ejemplo, cuando los participantes o cursantes requieren de un apoyo específico no contemplado, el instructor debe responder con prontitud y presteza.
- Innovador, aquí, el asunto es muy claro, despertar en las personas el ánimo por aprender.
- Ser abierto y flexible para hacer adecuaciones al programa conforme la dinámica del grupo.
- Integro, que le permita reconocer sus limitantes y actuar conforme a una ética profesional firme; La integridad es un componente que tiene como fin ser ejemplo de responsabilidad, sinceridad, veracidad, puntualidad y honestidad entre lo que se dice y hace.²⁷

²⁶www.gestiopolis.com/.../perfil-del-facilitador-capacitador-y-gestor-depàg.4

²⁷<http://aceproject.org/about-en/copyrightpàg.1>

Análisis: para ser capacitador no solamente se debe tener la intención de enseñar, se debe cumplir con una serie de requisitos o aspectos positivos; estar preparado es decir tener conocimiento sobre los temas que va a tratar, no se debe improvisar, porque se corre el riesgo de no poder despejar las inquietudes o cubrir las expectativas que se requiere por más que se conozca o domine los temas establecidos en el programa de capacitación, siempre será mejor prepararse con anticipación para lograr alcanzar el éxito deseado.

Logística de la Capacitación:

Preparación de logística de la capacitación

a.- Exponemos las acciones encaminadas al diseño, elaboración y evaluación del sitio (Configuración de las áreas), de la estrategia para inscripción de los participantes, de la carta descriptiva para la capacitación, de los recursos didácticos (Accesibilidad, y disponibilidad) y de la configuración de núcleos de interés por programas de cómputo.

Requisitos.- Distribución orientada a la capacitación específica dando razón de la capacitación general: El proceso de detección de necesidades da cuenta de las fortalezas, en la medida que se han considerado todas las perspectivas y expectativas.

Los planes de capacitación exigen una planificación que incluye los siguientes elementos:

- Abordar una necesidad específica a cada vez.
- Definir de manera evidente el objetivo de la capacitación.

- Dividir el trabajo que se va a desarrollar, sea en módulos o ciclos.
- Elegir el método de capacitación según la tecnología que se posee.

b.-²⁸El capacitador es corresponsable con las áreas usuarias de la exitosa realización del programa, así como la retroalimentación necesaria para el seguimiento de los procesos integrales de enseñanza-aprendizaje institucionales, siempre y cuando las funciones que tengan asignadas, sean acordes con las de los eventos a impartir. Definir los recursos para la implementar la capacitación. Tipo de instructor, recursos audiovisuales, equipos o herramientas, manuales, etc.

Definir el personal que va a ser capacitado:

- Número de personas.
- Disponibilidad de tiempo.
- Grado de habilidad, conocimientos y actitudes.
- Características personales.
- Determinar el sitio donde se efectuará la capacitación, si es dentro o fuera de una empresa.
- Establecer el tiempo y la periodicidad de la capacitación.
- Calcular la relación costo-beneficio del plan de capacitación.

²⁸www.Elaboración de *plan de capacitación* (página 2) - Monografias.compàg.1,2,

- Controlar y evaluar los resultados del plan verificando puntos críticos que requieran ajustes o modificaciones.
- Los planes operativos de capacitación deberían integrarse con el suministro de materiales, y la planeación para el reclutamiento, así como con la planeación administrativo-financiera y los ciclos de revisión.

Análisis: es en base a un estudio previo en busca de los problemas a ser solucionados que debe elaborarse el programa de capacitación y según éste se hará también la preparación logística, disponiendo todo con tiempo y con alternativas para posibles imprevistos.

2.2.3 HIPOTESIS:

2.2.3.1 General.- Si es que se conseguiría la información necesaria se podría elaborar el “Programa de capacitación sobre la Manipulación de Frutas y Vegetales en los Mercados Municipales”

2.2.3.2 Específicos:

- Si se presentaría una base sólida de estudio se obtendría una fundamentación teórica completa y adecuada para el tema del TTG.
- Si se realizaría un estudio amplio y completo en el campo del problema se obtendría una base fundamental para el desarrollo de la temática.
- Si se contaría con un programa de adecuados, se fortalecería los conocimientos sobre la Manipulación de frutas y vegetales y la aplicación de la correcta solución en este campo.

3. ESTRATEGIAS METODOLOGICAS:

3.1 UNIDAD DE ANALISIS:

Análisis del Sector Público de los Mercados Municipales.- Muchas veces nos preguntamos por qué un mercado logra sobrevivir y mantenerse y por qué otro entra en crisis y desaparece. No hay recetas mágicas. Sin embargo, sí detectamos al menos dos elementos que facilitan la comprensión de este enigma que separa el éxito del fracaso:

En primer lugar debe existir la predisposición de los comerciantes a liderar las actuaciones en el mercado pues deben ser ellos los encargados de consolidar y sacar adelante a los mercados, siendo éstos su fuente de vida.

Sin embargo, el elemento de predisposición debe ir acompañado del deseo de comprometerse con el mercado a vivir con y de él a largo plazo. Este compromiso depende de algunos elementos que se podrían resumir en primer lugar por el sustento personal y familiar diario, el gusto por el propio trabajo y en segundo lugar por el trato con las personas y los CLIENTES.

Ganar cuota de ventas.- Y para lograr mayor cuota de ventas, que los clientes compren más y conseguir nuevos compradores (los habituales se van muriendo).

Eso es todo, tan simple y tan complejo

¿Que es lo que valoran los nuevos compradores? Un gran porcentaje de mercados municipales se encuentran en la necesidad de asumir decisiones de renovación drástica motivadas en la mayoría de casos por deterioro físico del recinto pero, sobretodo, por cuestiones de inadaptación a la evolución de su clientela.

- Proximidad, rapidez y comodidad

- Calidad de producto
- Variedad y presentación de novedades
- Personalización y atención
- Precio, promociones y ofertas

Para esto, ¿qué hay que conseguir?

- Posicionarse como el mejor o un muy buen establecimiento de su gama
- Tener un conocimiento exhaustivo de la clientela real y de la potencial
- Evolucionar constantemente, esta evolución vendrá marcada por la redefinición constante del nuevo consumidor
- Adaptarse al entorno de su clientela (hábitos de compra, preferencias)
- Adaptación estructural y tecnológica del recinto (edificio) del mercado.
- Ofrecer servicios complementarios que la clientela aprecie valore y necesite (o estar preparado por si los puede necesitar).

Solamente entendiendo que mueve al consumidor a comprar se podrá ofrecer aquello que le interesa, fidelizarlo y aumentar nuestro volumen de venta.

Estudiar a la competencia y nunca ser menores en ningún caso; en definitiva, debemos transmitir emociones positivas y confianza. Necesitamos que la compra sea algo divertido, atractivo, cómodo y, sobretodo, que deje muy buen sabor de boca (comprar implica recibir emociones).

Se debe tener en cuenta que el cliente es infiel por naturaleza. Solamente la costumbre y la confianza hace mantener esa fidelidad pero esto es muy fácil de vulnerar.

Los mercados deben ser conscientes de las amenazas a las que se enfrentan día a día, si estas amenazas no son detectadas con antelación, el tiempo siempre puede jugar en contra de sus intereses competitivos.

Ante esto actualmente tenemos diferentes opciones de situar conceptualmente los mercados para mejorar su competitividad en función de su entorno comercial y las características de su clientela potencial.

“La falta de adaptación al medio lleva a la extinción de una especie”.

Charles Darwin. 1859

Del mismo modo que un ser vivo crece, evoluciona y se modifica su comportamiento adaptándose a las circunstancias. La sociedad, las ciudades donde vivimos y los productos que consumimos se encuentran sometidos a un proceso de constante cambio y evolución que, en muchas ocasiones, no es predecible a medio plazo.

“Todo producto o servicio está muerto cuando deja de adaptarse y superar las necesidades y expectativas de la sociedad donde se mueve.”²⁹

De lo expresado anteriormente se desprende que en la ciudad de Cuenca los mercados presentan la mayoría de características y aspectos tanto positivos como negativos.

EL Mercado de la Feria Libre “El Arenal”

Llamado también Mercado Mayorista.- La excesiva concentración de la actividad comercial en las áreas centrales de la ciudad, el estado de obsolescencia en la mayoría de las instalaciones, la deficiente capacidad instalada expresada en un

²⁹<http://www.encuentromercadosmunicipales.es/noticia14.php#pags.2,3,4,5>

minúsculo número de puestos, la falta generalizada de equipamientos complementarios, aspectos éstos que inciden en las condiciones de expendio de los productos y que han generado graves conflictos como congestión vehicular, la insalubridad, y conflictos además atentatorios a la estructura urbana, etc. han hecho que desde esta perspectiva el plan sectorial, vaya dirigido a determinar las posibles soluciones que en un último término se concentraría en plantear una serie de realizaciones de orden físico, que prevean un eficiente equipamiento de mercados, con un acertado criterio de localización en función de la densidad de población y de la expectativa de desarrollo de la ciudad, establecida en el plan urbano de Cuenca. Es así como nace en términos de posible solución el Mercado de la Feria Libre “El Arenal” en la ciudad de Cuenca con el objetivo fundamental de mercado mayorista, para complementar un moderno sistema de comercialización de productos alimenticios frescos.

Adicionalmente a este objetivo se presentan los siguientes:

- Agilizar el flujo continuo de los alimentos desde las áreas de producción hasta las áreas de consumo.
- Reducir pérdidas y desperdicios de los alimentos.
- Racionalizar el intercambio de productos a través de la regulación de calidades, pesos y medidas.
- Facilitar la venta directa del producto, disminuyendo en lo posible las cadenas de comercialización, lo que incide en un menor costo de los productos para el consumidor.

- Eliminar el nivel de afección urbana, mediante una adecuada ubicación del mercado mayorista “El Arenal”.
- Optimizar el acopio y distribución de los productos alimenticios desde las zonas de producción hacia los mercados minoristas y otros sectores de consumo.

En razón de su importancia en el sistema de comercialización, la implementación del proyecto del mercado es fundamental para que pueda funcionar eficientemente. De allí su ejecución tuvo un carácter prioritario y constituyó la justificación fundamental del mercado.

Criterios para su localización.- De la información proporcionada por el sector del transporte urbano, se desprende que el 91% de los productos ingresan-egresan hacia o desde el área de estudio por el norte. Aplicando este porcentaje a los índices de carga detectados que corresponden a 167.45 quintales (3.300 camiones), se deduce que el volumen predominante de productos (152.384 quintales) ingresa o egresa por el norte, si bien de este volumen únicamente un 9,6% corresponde a productos comestibles, el ingreso norte constituye el principal canal para el flujo de productos y es determinante para la localización del mercado.

Sistema vial.- La ubicación del mercado mayorista deberá permitir una relación directa con los mercados minoristas y otros sectores de consumo, a través del sistema de vías expresas, arteriales y colectoras.

Disponibilidad de servicios urbanos.- El emplazamiento del mercado mayorista debe hacerse en áreas que cuenten con los siguientes servicios:

- Vías pavimentadas

- Agua potable
- Alcantarillado pluvial y residual
- Energía eléctrica de alta y baja tensión
- Teléfonos
- Transporte colectivo

Programa General del Mercado Mayorista.- El presente estudio pretende dar una visión general de las actividades componentes detectadas, en base a la experiencia en proyectos similares. Las actividades generales que se consideran en el funcionamiento del mercado son:

- Recepción de productos a ser comercializados en el mercado y que ingresan al mismo en camiones.
- Acondicionamiento y venta de productos. Los productos que entran al mercado deben ser desembalados y dispuestos en sitios adecuados para su comercialización, se requiere zonas definidas para los productos perecederos como para los no perecederos.
- Almacenamiento de productos en bodegas diferenciadas para los perecederos y no perecederos.
- Evacuación de productos, complementariamente a las actividades indicadas se requiere el despacho de los productos para consumo interno de la ciudad y/o para conducirlos a otras ciudades de la región y del país. El tipo de entrega puede ser de camión a camión, de la zona de ventas a camión, de la zona de bodegas a camión.

- Todas estas actividades se interrelacionan con flujos diversos tanto de vehículos, personas (compradores, transportadores, controladores), productos, etc. que implican necesariamente el establecimiento de una red de circulación interna.
- Control administrativo; se requiere disponer de un sistema de control de operación del mercado en su espacio administrativo, tanto en el suministro de productos como en la comercialización de los mismos.
- Actividades de servicios; el funcionamiento del mercado exige la necesidad de desarrollar actividades que permitan la operación eficiente del mercado y garanticen la calidad de la inversión realizada con un mantenimiento permanente. Se requiere disponer de personal y equipos para la limpieza y mantenimiento de las instalaciones.
- Los usuarios del mercado en sus diversos turnos de funcionamiento requieren disponer de local para alimentación (restaurante) así como de servicios sanitarios.
- Muchas otras actividades se pueden desarrollar en el futuro mediano e inmediato en el mercado mayorista, en consecuencia y dentro de ciertos límites, el diseño debe ser suficientemente flexible, para receptor estas actividades futuras, sin afectar a la estructura.

Zonas Básicas Constitutivas del Mercado Mayorista:

- Ingresos (control de vehículos y personal) y salida
- Estacionamiento de vehículos de carga

Estacionamiento para vehículos que tienen relación con Administración y servicios institucionales y oficinas de control

- Parqueamiento de vehículos para descarga de productos, tanto los perecederos como los no perecederos.
- Acondicionamiento y venta de productos perecederos y no perecederos
- Almacenamiento de productos perecederos y no perecederos.

La cuantificación de los números de puestos mayoristas permanentes a 1.980 se situó en 136 puestos, aplicando a esta cifra un incremento porcentual del 97% relativo al incremento del comercio minorista estimado para el año 2.000, se obtiene un incremento de 132 puestos, lo que permite cuantificar un total de 268 – 270 puestos correspondientes a la proyección este año.

Con el objeto de determinar el área requerida para un mercado mayorista de 270 puestos de capacidad instalada, se procedió a investigar el mercado mayorista de la ciudad de Quito, el que al momento tiene un área total construida de aproximadamente 17.254 m². Para un total de 565 puestos de venta mayorista.

Relacionando el área total construida del mercado de Quito y su número de puestos, con el total de puestos previstos para Cuenca para el año 2.000, se obtiene el área construida y requerida para el mercado de Cuenca para ese año. A esta área de 8.245 m², se ha aplicado la estructura porcentual según zonas de comercialización, obteniendo el área total, neta y tributaria y la desagregación del número de puestos.

La necesidad de que la implementación del proyecto sea gradual en función de los requerimientos de la ciudad, obliga a determinar la capacidad del mercado para el año 1.985 en su primer quinquenio, en razón de esta consideración a los

requerimientos al año 1.980, se incrementa un total de 44 puestos adicionales que corresponden a un incremento del 32.84 % en relación al incremento determinado hasta el año 2.000.³⁰

Mediante un trabajo de investigación de campo, y por medio de una cita concretada con anticipación con el administrador del Recinto Ferial Sr. Byron Calle (30 de octubre de 2012), se recopiló la siguiente información; el administrador Calle comenta que: luego de haber realizado estudios a profundidad sobre la ubicación del mercado se determinó que fuera en una pampa llena de espinos, pencas, piedras. Este sitio se denomina hasta hoy Arenal Bajo. Cuyos primeros planes de mercado y estudios estuvieron a cargo del Alcalde de la ciudad de Cuenca en aquel entonces Dr. Pedro Córdova Álvarez; para luego verse cristalizado en una “fenómena realidad” durante la alcaldía del Periodista Sr. Jorge Piedra Ledesma. No surgió de una sola, el mercado fue funcionando poco a poco por secciones, primero la nave de la ropa, que no era más que el traslado de la feria libre que anteriormente funcionaba en las calles República y García Moreno, luego al ver que eran desalojados los vendedores de frutas y vegetales del sector del Vado y del Otorongo y a petición de estas personas sintieron la necesidad de apoyarles ubicándoles en sectores que todavía estaban libres, dando paso a la creación de puestos para verduras, esto sucede a partir de los años 80 con un total de 50 puestos para productos alimenticios en general; simultáneamente se iban formando las asociaciones de cárnicos, mariscos,

³⁰ ILUSTRE MUNICIPALIDAD DE CUENCA, “PLAN DE DESARROLLO URBANO” Área metropolitana de la ciudad de Cuenca, VolúmenxxvII Programas y Proyectos de Mercados, pg.1,27,28,29,30,31,40,41

tubérculos, frutas y vegetales que hasta el día de hoy cuentan en número de 43.

Entre las más numerosas y antiguas se cita las siguientes:

- Asociación Señor de la Buena Esperanza
- Asociación Jesús del Gran Poder
- Asociación 8 de Marzo
- Asociación Reina de la Nube
- Asociación Reina del Cisne
- Asociación Hermano Miguel

Entre todas éstas conforman 3.000 puestos fijos de víveres y 350 de ropa, pero catastrados solamente 900 pagan un valor de \$ 25 mensuales solamente el derecho del puesto. No se tiene una fecha definida para festejar sus fiestas de aniversario, pero por mutuo acuerdo se hace una celebración según la fecha en que se creó cada una de las asociaciones.³¹

3.2 POBLACION Y MUESTRA.- Los mercados municipales se han ido incrementando en su actividad comercial debido al alto índice de demanda especialmente en lo que ha productos de primera necesidad se refiere, los conocimientos básicos de higiene y precauciones de contaminación pasan a segundo plano dando mayor énfasis solamente a los intereses económicos sin opción a elegir por parte de los consumidores, porque este fenómeno se manifiesta en todos los 6 mercados existentes en la cabecera cantonal de Cuenca. La falta de información sobre normas de higiene y el bajo nivel cultural han hecho que dificulten la comprensión de este enigma que separara el éxito del fracaso.

³¹Fuente: Sr. CALLE Byron Administrador, Recinto Ferial "El Arenal"

El estudio y análisis del mercado de la Feria Libre de el Arenal de la ciudad de Cuenca es tomado como objeto de estudio para el desarrollo de este programa por ser un mercado mayorista, está considerado como centro de distribución de los principales productos ya sea cultivados dentro de este cantón, o de otros del resto del país los que llegan a este mercado los días de feria especialmente que son los miércoles y sábados, estos días son los más aprovechados por los comerciantes minoristas que encuentran en este mercado su fuente de trabajo porque les facilita la reventa, pero que necesita la aplicación del programa de manipulación de frutas y vegetales por todas las falencias encontradas mediante la investigación.

3.3 ³²TIPO Y NIVEL DELA INVESTIGACION

Tipo de Investigación:

Obtener la información exacta y confiable que sirva de base para elaborar el programa de capacitación se aplicará los siguientes tipos de investigación:

Básica: Porque se hace en un marco general se busca únicamente el progreso científico, sin intención de utilidad inmediata o prevista.

Documental: Es documental porque se hace revisión de documentos que contiene datos relevantes en función del tema de investigación

De Campo: Porque se trata de una investigación directa, en los mismos campos de acción donde ocurren los hechos o fenómenos investigados, y el investigador tiene que adaptarse a las condiciones naturales de ese objeto.

³² LEIVA, Francisco, "NOCIONES DE METODOLOGIA" DE: Investigación Científica Pg. 54

Exploratoria: son las investigaciones que pretenden darnos una visión general de tipo aproximativo respecto a una determinada realidad. Este tipo de investigación se realiza especialmente cuando el tema elegido ha sido poco explorado y reconocido, y cuando aún, sobre él es difícil formular hipótesis precisas o de cierta generalidad. Suelen surgir también cuando aparece un nuevo fenómeno, que precisamente por su novedad, no admite todavía una descripción sistemática, o cuando los recursos que dispone el investigador resultan insuficientes como para emprender un trabajo más profundo.

Descriptiva: su preocupación primordial radica en describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. De esta forma se pueden obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada.

Explicativa: son aquellos trabajos donde muestra preocupación, se centra en determinar los orígenes o las causas de un determinado conjunto de fenómenos, donde el objetivo es conocer por que suceden ciertos hechos atrás ves de la delimitación de las relaciones causales existentes o, al menos, de las condiciones en que ellas producen. Este es el tipo de investigación que mas profundiza nuestro conocimiento de la realidad, por que nos explica la razón, el por que de las cosas, y es por lo tanto mas complejo y delicado pues el riesgo de cometer errores aumenta considerablemente.

Sintético.- La síntesis es la reconstrucción de todo lo descompuesto por el análisis.

3.4.- Técnicas e Instrumento: la técnica que se va a utilizar para recopilar información es la entrevista y la observación directa.

a. Entrevista.- Es una técnica para obtener datos que consiste en un diálogo entre dos personas el entrevistador (investigador) y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de éste, la entrevista es una técnica antigua, pues ha sido utilizada desde hace mucho en Psicología, desde su notable desarrollo. En Sociología y en educación. De hecho en estas ciencias, la entrevista constituye una técnica indispensable porque permite obtener datos que de otro modo sería muy difícil conseguir.

b. Observación directa.- Es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Gran parte del acervo de conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación. Se realiza dentro del campo de acción, sin que el observador sea partícipe del proceso u otra actividad; es decir el observador permanece pasivo mientras realiza su trabajo específico. (Observar).³³

Instrumento: para desarrollar el proceso investigativo y con el afán de obtener la información contaremos como instrumento principal la entrevista y sondeo tanto a las personas que venden los productos como a los consumidores en los mercados de la ciudad de Cuenca. Para elaborar los puntos del proceso de la entrevista se toma como apoyo el texto de Nociones de Metodología, Investigación Científica.

3.5 ORGANIZACIÓN Y ANALISIS DE LOS DATOS:

Resultado de la entrevista realizada a vendedores del

Mercado El Arenal de la ciudad de Cuenca

Personas entrevistadas 10

³³ LEIVA, Francisco, "NOCIONES DE METODOLOGIA" DE: Investigación Científica Pg. 45

Pregunta # 1 ¿Cuánto tiempo trabaja Ud. en este negocio?

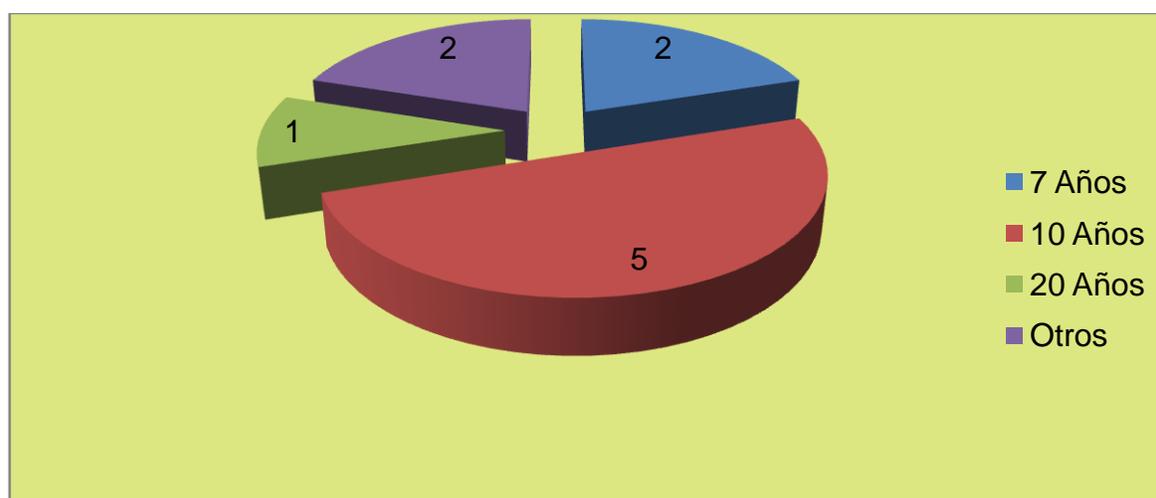
7 años = 2 personas

10 años = 5 personas

20 años = 1 persona

Otros = 2 personas

Gráfico # 1



Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Gómez Aucapiña María Francisca

Análisis e interpretación del gráfico # 1.- Este gráfico nos muestra claramente que el mayor número de personas representado por el color rojo trabaja por 10 años en este negocio, seguido por 7 años, 20 años y otros, debidamente representado por sus colores. Lo cual expresa que en su mayoría ya conocen muy bien de este tipo de trabajo, tienen experiencia en la venta.

**Resultado de la entrevista realizada a vendedores del
Mercado El Arenal de la ciudad de Cuenca**

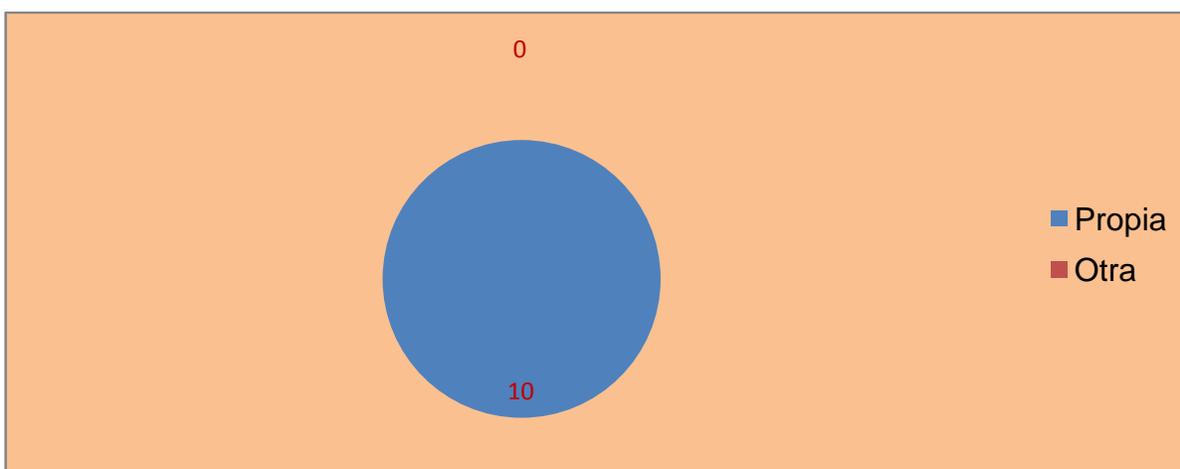
Personas entrevistadas 10

Pregunta # 2 ¿Trabaja Ud. por cuenta propia o para otra persona?

Por cuenta propia = 10 Personas

Otra persona = 0

Gráfico # 2



Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Gómez Aucapiña María Francisca

Análisis e interpretación del gráfico # 2.- La mayoría de personas que se dedica a este tipo de trabajo lo realiza por cuenta propia; como se demuestra en el gráfico, aunque negocio pequeño pero por cuenta propia, es la ventaja de trabajar en este mercado, aducen las vendedoras.

Resultado de la entrevista realizada a vendedores del Mercado El Arenal de la ciudad de Cuenca

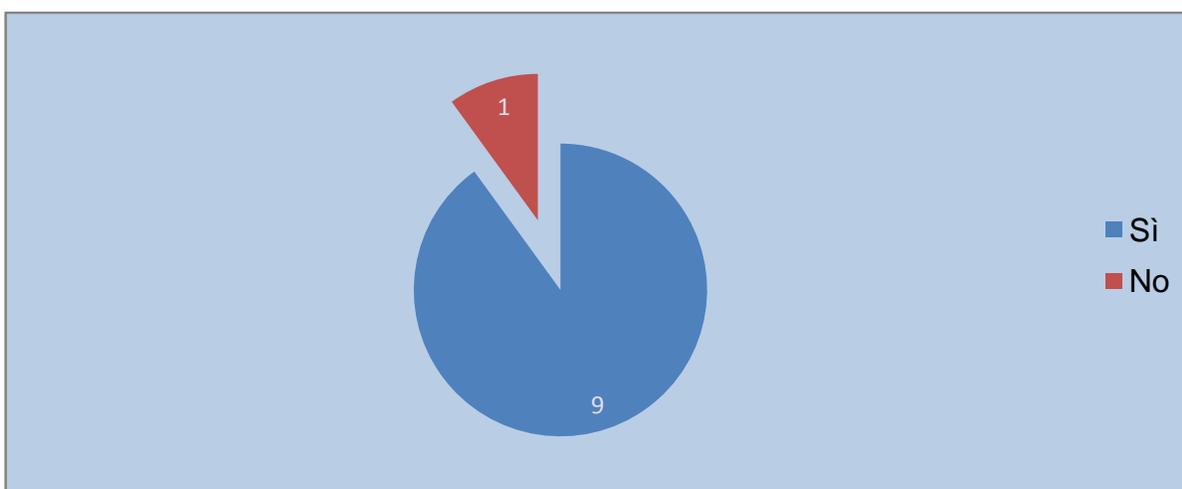
Personas entrevistadas 10

Pregunta # 3 ¿Conoce Ud. sobre algún programa de capacitación para la buena manipulación de productos que esté dándose o se haya dado?

Sí = 1 Persona

No = 9 Personas

Gráfico # 3



Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Gómez Aucapiña María Francisca

Análisis e interpretación del gráfico # 3

Casi en su totalidad, según este gráfico afirman no haber escuchado sobre un programa de capacitación, o lo que también se puede decir que jamás lo dieron en este mercado.

**Resultado de la entrevista realizada a vendedores del
Mercado El Arenal de la ciudad de Cuenca**

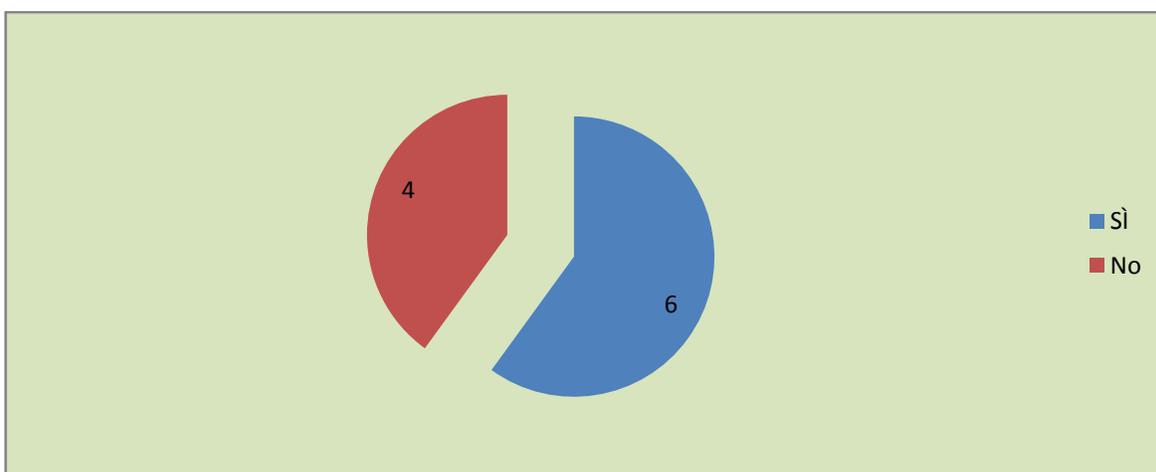
Personas entrevistadas 10

Pregunta # 4 ¿Le gustaría participar en alguno de estos cursos?

Sí = 6 Personas

No = 4 Personas

Gráfico # 4



Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Gómez Aucapiña María Francisca

Análisis e interpretación del gráfico # 4.- Existe una mayoría que si tiene interés en participar en un programa de capacitación, según este gráfico porque necesitan saber temas de interés relacionados con su negocio dijeron como reaccionar cuando un cliente pide rebaja, y para saber como conservar sus productos protegidos; estos datos son de las entrevistas realizadas en su propio puesto de trabajo.

Resultado de la entrevista realizada a vendedores del

Mercado El Arenal de la ciudad de Cuenca

Personas entrevistadas 10

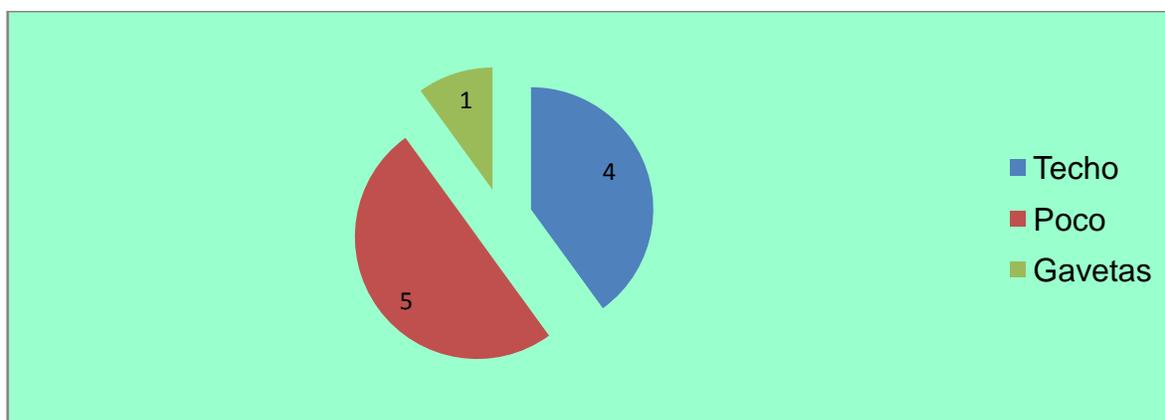
Pregunta # 5 ¿Cómo Ud. mantiene los alimentos sanos y frescos para su venta?

Bajo techo = 4 Personas

Cogiendo poco = 5 Personas

En gavetas = 1 Persona

Gráfico # 5



Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Gómez Aucapiña María Francisca

Análisis e interpretación del gráfico # 5.- En este gráfico se muestra que la manera como mantiene frescos sus productos para la venta es vendiendo poco, es decir sacan solo lo que pueden terminar durante el día, también protegiéndoles bajo techo, o cuando el temporal no ayuda lo reservan en gavetas.

**Resultado de la entrevista realizada a vendedores del
Mercado El Arenal de la ciudad de Cuenca**

Personas entrevistadas 10

Pregunta # 6 ¿Considera Ud. que la manera como exhibe y vende sus productos son los correctos?

Correcto = 8 Personas

Incorrecto = 2 Personas

Gráfico # 6



Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Gómez Aucapiña María Francisca

Análisis e interpretación del gráfico # 6.- La mayoría de personas que venden sus productos en el Mercado de la Feria Libre consideran que es correcta la manera como exhiben y venden sus productos porque hasta ahora nadie se ha quejado, pero también hay gente que sí reconoce lo mal que están trabajando pero que necesita ayuda para mejorar.

Resultado de la entrevista realizada a consumidores del Mercado El Arenal de la ciudad de Cuenca

Personas entrevistadas 10

Pregunta # 1 ¿Cuánto tiempo realiza las compras en este mercado?

20 Años= 1 Persona

16 Años = 1 Persona

10 Años = 2 Personas

4 Años = 2 Personas

Otros = 4 Personas

Gráfico # 7



Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Gómez Aucapiña María Francisca

Análisis e interpretación del gráfico # 7.- Existen personas que realizan sus compras en este mercado por 16 o 20 años, es decir casi desde que empezó a funcionar éste desde la época de los años 80 y continuarán, también muestra el gráfico que hay personas que compran por 10 años, 4 años y otros que están por corto tiempo, según la entrevista realizada aseguran porque están a gusto con este mercado.

Resultado de la entrevista realizada a consumidores del Mercado El Arenal de la ciudad de Cuenca

Personas entrevistadas 10

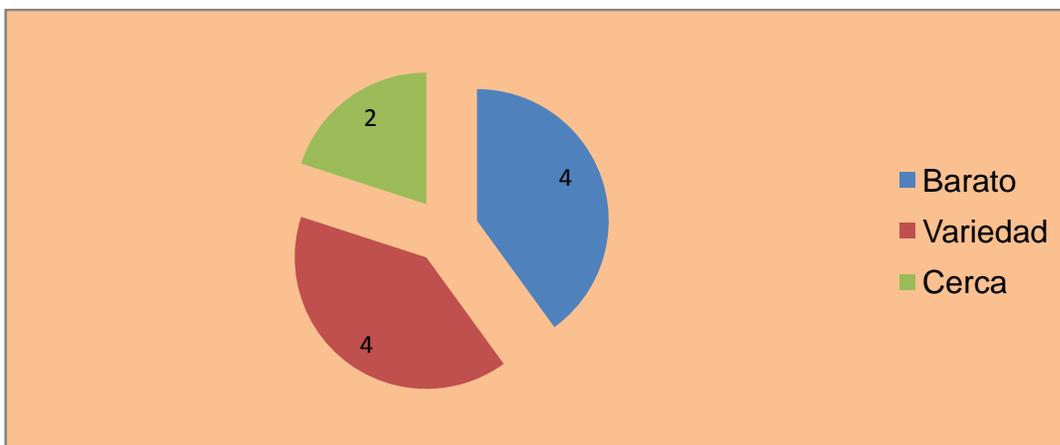
Pregunta # 2 ¿Porqué prefiere este mercado antes que los otros?

Barato = 4 Personas

Variedad = 4 Personas

Cerca = 2 Personas

Gráfico # 8



Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Gómez Aucapiña María Francisca

Análisis e interpretación del gráfico # 8.- En este gráfico se da cuenta que las personas prefieren este mercado de la Feria Libre “El Arenal” por su variedad en productos, pero van a la par porque lo tiene cerca a sus domicilios, aunque no existe gran diferencia que lo prefieren también por barato, al ser un mercado mayorista, reúne muchas características que el consumidor requiere y por eso se siente satisfecho y fiel.

Resultado de la entrevista realizada a consumidores del Mercado El Arenal de la ciudad de Cuenca

Personas entrevistadas 10

Pregunta # 3 ¿Cómo le parece a Ud. la manera en la que exhiben y venden los productos?

Excelente = 1 Persona

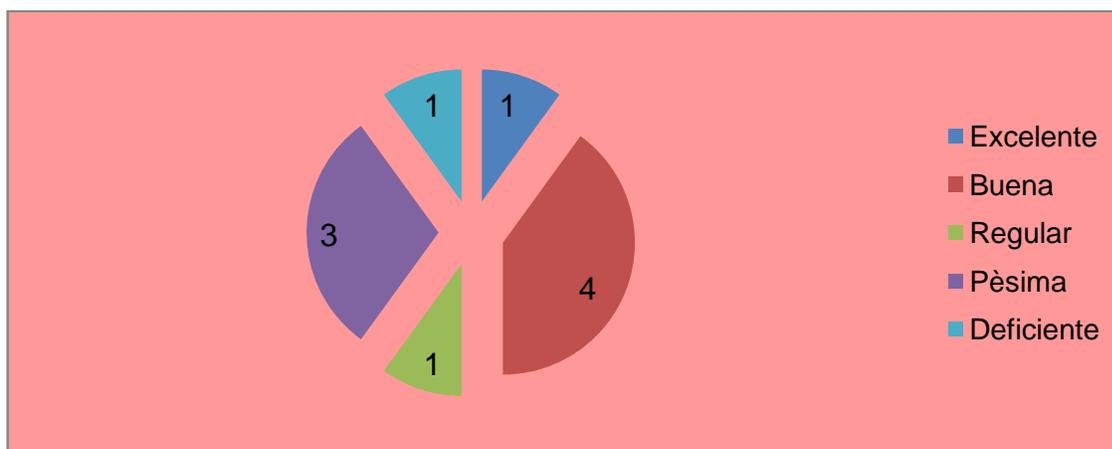
Buena = 4 Personas

Regular = 1 Persona

Pésima = 3 Personas

Deficiente = 1 Persona

Gráfico # 9



Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Gómez Aucapiña María Francisca

Análisis e interpretación del gráfico # 9.- El mayor número de personas manifiesta que la forma de exhibir y vender los productos apenas es buena, seguida de pésima, razones por las que si se debe capacitar a estas personas con el programa específico para este fin.

**Resultado de la entrevista realizada a consumidores del
Mercado El Arenal de la ciudad de Cuenca**

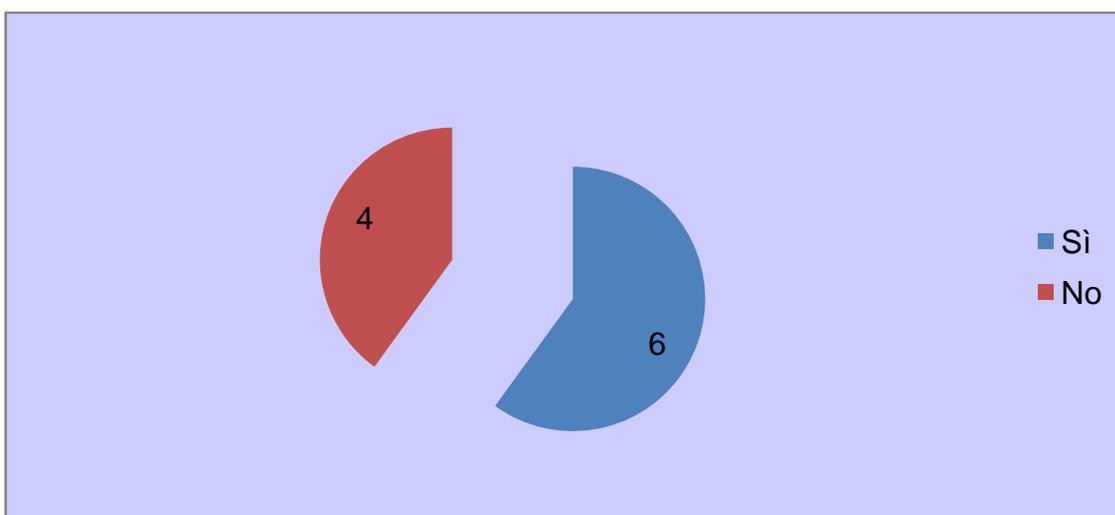
Personas entrevistadas 10

Pregunta # 4 ¿La ubicación de las frutas y vegetales le parece la correcta?

Sí = 6 Personas

No = 4 Personas

Gráfico # 10



Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Gómez Aucapiña María Francisca

Análisis e interpretación del gráfico # 10.- En este gráfico se muestra la conformidad de los consumidores de los productos, porque a veces encuentran productos al entrar o salir, en medio del camino, piensan que èsto es lo correcto, pero se trata de vendedores ambulantes, entonces no está correcto.

Resultado de la entrevista realizada a consumidores del Mercado El Arenal de la ciudad de Cuenca

Personas entrevistadas 10

Pregunta # 5 ¿Qué le gustaría que cambie y que aconsejaría Ud.?

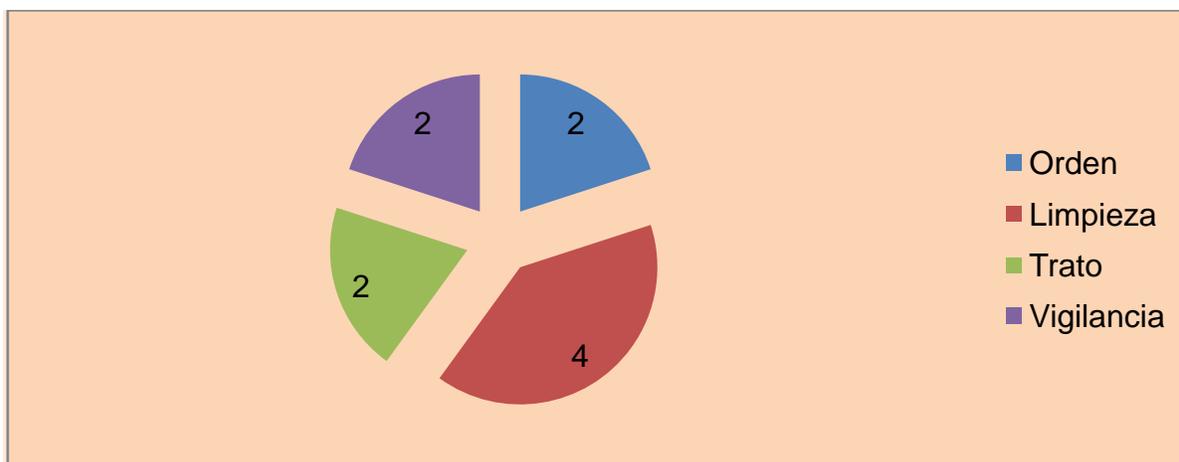
Orden = 2 Personas

Limpieza = 4 Personas

Trato = 2 Personas

Vigilancia = 2 Personas

Gráfico # 11



Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Gómez Aucapiña María Francisca

Análisis e interpretación del gráfico # 11

En esta pregunta predomina la limpieza, se refiere a todo lo concerniente a los puestos, los espacios libres para circulación de los compradores, limpieza en el vestuario de las vendedoras etc. seguido de los otros aspectos y también son imprescindibles como orden y vigilancia.

3.6 FODA: cuadro # 1

| F | O | D | A |
|---|--|--|---|
| El Mercado de “El Arenal” posee Naves y Plataformas específicas en excelentes condiciones para ropa y víveres. | Todas las obras de infraestructura son 100% Financiadas por el Municipio de Cuenca | Desconocimiento de como conservar antes de vender, y como vender las frutas y vegetales | Los vendedores ambulantes que ignoran las prohibiciones del mercado. |
| La Ubicación del mercado, a pesar de no encontrarse en pleno centro de Cuenca, existe gran afluencia de vendedores y consumidores | Facilidad para llegar tanto para personas de Cuenca, como para personas de otros sectores, existen varias líneas de buses en el mismo lugar. | indecisión para participar en el programa de capacitación sobre la correcta Manipulación de Frutas y Vegetales (TIEMPO VS OPORTUNIDAD) | El incremento de vendedores de otras provincias, pasando a segundo plano los productores de la provincia del Azuay. |
| El Aseo y Limpieza diario del mercado a cargo de EMAC | Provisión de productos a precios módicos, promoviendo la reventa, creando oportunidades de trabajo. | No hay capacidad para poder conceder nuevos puestos | |

Fuente: Investigación de campo
Realizado por: Gómez Aucapiña Maria Francisca

3.6.1 CONCLUSION DE LA MATRIZ FODA:

La realización del análisis FODA ayuda a describir de la manera más acertada los factores que directa o indirectamente influyen en el desarrollo del tema, igualmente todos los puntos de vista de los actores involucrados; situando acertadamente las entrevistas con el análisis de sus resultados tanto positivos como negativos que arrojo esta herramienta de investigación, siendo utilizados como base para poder partir y armar la temática del programa, en busca de las mejores alternativas que durante el proceso logren apalear en cierta forma la problemática que presenta el diagnóstico.

4.- RESULTADOS:

DESARROLLO DEL PRODUCTO

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN GASTRONÒMICA

PROPUESTA:

4.1 Identificar la Filosofía del Mercado Municipal EL ARENAL

4.1.2 Misión del Mercado: Es vender o revender productos al por mayor y menor directamente al consumidor con precios y pesos justos, garantizando los mejores estándares de calidad en todos sus productos, buscando la entera satisfacción del cliente.

4.1.3 Visión del Mercado: Llegar a ser los mercados que cumplan con todas las exigencias de higiene tanto en la manipulación de frutas y vegetales como en el resto de los productos, y la correcta presentación de las personas que expenden para

conservar la fidelidad del cliente, la misma que se podrá conseguir con procesos de capacitación continua, mostrándonos un mercado organizado, competente y con los mejores estándares de calidad.

4.4 POLÍTICAS DEL MERCADO:

- Aplicar y demostrar normas elementales para preparar alimentos seguros con el uso de buenas prácticas de manipulación e higiene que, en el fondo, no son más que “normas de sentido común”.
- Capacitar trimestralmente al personal administrativo de los mercados, para que éstos a su vez instruyan a los vendedores sobre la correcta manipulación de frutas y vegetales, además sobre la atención a los compradores, debiendo recibir las quejas y sugerencias, como un aporte positivo.
- Demostrar de manera concreta y práctica la necesidad de capacitarse básicamente enfocado a la manipulación higiénica de los productos que se expenden en este mercado, concienciando y comprometiendo a las personas para que participen activamente en busca del bien común, mediante cursos prácticos en el puesto de trabajo, esto puede hacerse semestralmente.

4.5 ESTRATÉGIAS DEL MERCADO: PARA EL ÁMBITO DE LA CAPACITACIÓN.

La seguridad alimentaria es la más importante y primordial responsabilidad que ésta industria debe asumir, e implica fundamentalmente la protección de la contaminación.

- La capacitación debe ser vivencial en los puestos de trabajo
- En horarios que más convenga a los participantes.
- El programa de capacitación se dictará con la frecuencia de 3 meses,

- Contará con el aval de organismos públicos y privados que cuentan con la Normalización ISO 9.001 – 2.000.

4.6 DEFINIR LAS NECESIDADES DEL MERCADO “EL ARENAL” PRIORIZADAS EN RELACIÓN AL ÁMBITO DE CAPACITACIÓN: CUADRO DE NECESIDADES QUALITY FUNGTION DEPLOYNEN : cuadro # 2

| NECESIDADES | PRIORIZACION DE NECESIDADES |
|---|---|
| A. Motivar a las personas para que participen en el programa de capacitación. | 1. Encontrar la mejor manera de mantener los alimentos sanos y frescos. |
| B. Encontrar la mejor manera de mantener los alimentos sanos y frescos. | 2. Motivar a las personas para que participen en el programa de capacitación. |
| C. Cambiar la manera de exhibición y venta de los productos. | 3. Mejorar en: orden, limpieza del puesto y trato al cliente. |
| D. Mejorar en: orden, limpieza del puesto y trato al cliente. | 4. Cambiar la manera de exhibición y venta de los productos. |

Fuente: Asociación Española de calidad (AEC) – Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

4.7 ESTRUCTURAR EL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN:**PROGRAMACIÓN ACADÉMICA****I. DATOS GENERALES: cuadro # 3**

| | |
|-----------------------------------|--|
| ASIGNATURA | PROGRAMA DE CAPACITACION SOBRE LA CORRECTA MANIPULACION DE FRUTAS Y VEGETALES |
| NÚMERO DE HORAS (semanales) 10 | 2 HORAS DIARIAS |
| TIEMPO DE DURACIÓN TOTAL | 20 HORAS TOTALES |
| FECHA DE REALIZACIÓN | LUNES 07 DE ENERO HASTA VIERNES 18 DE ENERO DEL 2.013 |
| FACILITADOR (nombre completo) | LIC. JUAN DIEGO JARA |
| INFORMACIÓN DEL FACILITADOR | Título: LIC. EN GASTRONOMIA Cátedras de Especialidad: COCINA NOVOANDINA - PASTELERIA CELULAR: 0987237597 Correo electrónico: rikishi-casonadiego@ Hotmail.com |

II. DESCRIPCIÓN DE LA MATERIA

La correcta manipulación de frutas y vegetales en el Mercado de la Feria Libre de “El Arenal” en la ciudad de Cuenca y en todos los mercados, es la base fundamental de una alimentación segura, de ésta depende el estado de salud y la vida misma de toda persona, para lo cual es de mucha utilidad saber en dónde, cómo y cuándo se adquiere los alimentos; en lo posible tener proveedores conocidos que brinden la plena confianza de que son alimentos de excelente calidad para el consumo humano, es decir reconocerlas funciones organolépticas de los productos como son: olor, color, sabor y textura asegurando la compra de éstos. Además el precio y peso justos de acuerdo a su calidad, el trato al cliente, y la imagen de las personas que venden, así como la limpieza y organización de los puestos donde exhiben sus productos para la venta, todo este compendio cognitivo se expresa en el tema de capacitación propuesto.

II. OBJETIVOS

Al finalizar el curso sobre Manipulación higiénica de frutas y vegetales los participantes serán capaces de:

- Completar todos los pasos de higienización y prevención de contaminación de acuerdo a los principios gastronómicos aceptados.
- Apoyar el aumento de la productividad y competitividad empresarial con el mejoramiento en la Manipulación de Frutas y Vegetales para mantenerse firmes frente a la Competitividad en el área de los mercados.
- Aplicar correctamente las normas de seguridad alimentaria en su negocio.

- Replicar estos procesos de manipulación en los locales de su propiedad y promulgar este concepto en los empleados del mismo.

CONTENIDOS / COMPETENCIAS A DESARROLLAR: cuadro # 4

| UNIDADES / CONTENIDOS | COMPETENCIAS A SER DESARROLLADAS | OBSERVACIONES |
|---|--|---------------|
| <p>UNIDAD I INTRODUCCIÓN: CALIDAD DE FRUTAS Y VERDURAS ANTES DE COMPRAR</p> <p>1.1. Calidad higiénica 1.2. Calidad nutritiva 1.3. Calidad organoléptica 1.4. ¿Por qué lavar y desinfectar las frutas y los vegetales? 1.4.1. Pasos para la limpieza y desinfección de frutas y vegetales 1.4.2. Soluciones desinfectantes: 1.4.3. Flujo gramal para desinfección de verduras y hojas.</p> <p>UNIDAD II: CONDICIONES PARA CONSERVAR FRUTAS Y VEGETALES FRESCOS</p> <p>2.1. Pre tratamientos básicos antes de almacenar y/o vender frutas y vegetales 2.1.1. ¿Por qué se usan capas de cera en frutas y vegetales? 2.2. Vegetales con tratamiento especial de almacenamiento.</p> | <p>Conocer todas las calidades de las frutas y vegetales antes de su consumo</p> <p>Aprender el tratamiento de las frutas y vegetales antes de la venta.</p> | |

| | Cuadro # 5 | |
|---|---|--|
| <p>UNIDAD III:</p> <p>EXIGENCIAS ANTES DE VENDER LAS FRUTAS Y VEGETALES.</p> <p>3.1. Higiene corporal y de vestimenta de quienes venden estos productos</p> <p>3.2. Los principales agentes y vías de contaminación de las frutas y vegetales.</p> <p>3.3. ¿Cómo vender frutas y vegetales en el mercado?</p> <p>3.4. ¿Cuál es el mejor espacio para la venta de estos productos en el mercado?</p> <p>3.5. Preparaciones con frutas (delicadas) de especial tratamiento y vegetales.</p> | <p>Saber como evitar la contaminación durante la manipulación de las frutas y vegetales en los mercados municipales</p> | |

III. METODOLOGÍA

Las principales estrategias metodológicas a utilizar serán las siguientes:

- Método Analítico - Sintético
- Método Deductivo - Inductivo

La mejor manera de aprender es con experiencias propias, aprovechando las ocasiones que realmente dejan un pequeño o gran legado: la experiencia, por eso se debe estimular la curiosidad y la investigación en la gente que participa del programa de capacitación sobre la manipulación de frutas y vegetales con técnicas tales como:

- El juego
- El humor
- Los ejemplos
- Las historias
- Acompañar a la gente, estar cerca, observar, escuchar, corregir.

IV. EVALUACIÓN:

Los principales métodos pedagógicos a ser utilizados para la evaluación son:

- despejar interrogantes con variedad de respuestas, resaltar las acertadas.
- Armar un cuadro demostrativo con las respuestas acertadas, explicando el ¿por qué?
- Formar pequeños grupos e interactuar entre sí con preguntas y respuestas en determinado tiempo.

Para la autoevaluación se pedirá al grupo durante el final de cada módulo que evalúen la sesión de aprendizaje mediante una hoja establecida que presenta un rango de 1 a 20. Considerándose lo siguiente:

- 1 a 5 malo
- 6 a 10 regular
- 11 a 16 bueno
- 17 a 19 muy bueno
- 20 sobresaliente.

Para aprobar el curso se deberá cumplir primeramente con la asistencia del 80% y además una nota final de sobre 20, con mínimo el 80%:

Puntualidad: 10%

Trabajo en grupo: 10% (integración, participación, desenvolvimiento)

Trabajo final (prueba práctica): 50% (agilidad, coherencia, desenvolvimiento en el espacio, comunicación, comportamiento)

Prueba final escrita: 30% (redacción, coherencia, opinión personal)

V. BIBLIOGRAFÍA

a) TEXTOS BÁSICOS:

1. DEL MAR, María, Empresas de Restauración Alimentaria, Sistema de Gestión Global, Letamendi, 2.001
2. POKORNY, James, Antioxidantes de los Alimentos, Aplicaciones Prácticas, Institute of Chemical Technology, 2.005
3. COUTO Lorenzo, Luis, Auditora del Sistema APPCC, Cómo verificar los Sistemas de gestión de Inocuidad Alimentaria, haccp, 2.008
4. AUTOR/ES: Ed., CEP, Cuaderno del Alumno, Técnicas de Higiene, Manipulación y Conservación de Alimentos, (Cocineros), Formación para el empleo, 2.010
5. Manual Nivel Operativo Sector Programa "H", 1988 – 1995

Firma del Facilitador: _____ Fecha de Presentación: 20 de diciembre del 2.012

4.8 CARTILLA DE APRENDIZAJE: DESARROLLO DE LOS CONTENIDOS

Unidad I:

CALIDAD DE FRUTAS Y VEGETALES ANTES DE CONSUMIR

1.1. Calidad higiénica

1.2. Calidad nutritiva

1.3. Calidad organoléptica

1.4. ¿Por qué lavar y desinfectar las frutas y los vegetales?

1.4.1. Pasos para la limpieza y desinfección de frutas y vegetales

1.4.2. Soluciones desinfectantes:

1.4.3. Flujo grama para desinfección de verduras y hojas

1.5. Precauciones

1.1. Calidad higiénica.- Las BPM representan procedimientos de máxima importancia exigidos en el mercado doméstico e internacional en lo relativo a higiene y manipulación. Son herramientas útiles para el desarrollo de los procesos y productos relacionados con la alimentación; y que contribuyen a que los alimentos sean higiénicos, inocuos y saludables para el consumo humano. Las BPM son además imprescindibles para la aplicación del HACCP, un Programa de Gestión de Calidad Total, o un Sistema de Calidad como las Normas ISO 9000.

1.2. Calidad nutritiva.-La calidad nutritiva está dada por el perfil de nutrientes de cada alimento. Los alimentos que aportan cantidades significativas de varios nutrientes o de alguno que no esté tan distribuido se consideran de alta calidad, y los

que aportan solo calorías o son muy pobres en nutrientes se consideran de baja calidad. El aspecto preventivo en la manipulación tiene que ver con el perfil de algunos nutrientes y sustancias que deben encontrarse dentro de ciertos límites para evitar que los productos se transformen en un factor de riesgo.

1.3. Calidad organoléptica.- Todos los productos escogidos para nuestra alimentación deben pasar por el test sensorial (aroma, sabor, color, textura, y temperatura) para ser consumidos, caso contrario prescindir de ellos.

1.4. ¿Por qué lavar y desinfectar las frutas y los vegetales?- Las frutas y vegetales son alimentos muy susceptibles a contaminarse con sustancias o agentes patógenos ya que provienen de la tierra y están en constante contacto con microorganismos y factores ambientales. Una de las principales bacterias implicadas es la *E. coli*.

Además, en la cosecha se utiliza pesticidas o aguas residuales que los contaminan con sustancias químicas. Por eso es importante lavar y desinfectar frutas y vegetales antes de consumirlos.

Si bien los patógenos presentes en productos como la carne o el pescado se eliminan durante los procesos de cocinado, no sucede lo mismo con frutas y vegetales, que se consumen crudas en su mayoría. Cualquier patógeno que no se elimine durante el proceso de lavado o pelado permanecerá en el alimento hasta que se ingiera. Así que antes de manipular algún alimento para su preparación se debe lavarlo.

Pero lavar no basta, hay que desinfectar las frutas y vegetales para eliminar los microorganismos, residuos tóxicos y cualquier rastro de suciedad que no salen con un simple lavado; y para esto hay que seguir ciertas normas desde el momento de la compra:

Deben adquirirse los alimentos que estén en unas condiciones óptimas, sin mal olor o dañados.

Es muy importante recordar lo anterior, sobre todo durante el embarazo, ya que éstas pueden estar contaminadas por pesticidas, gérmenes, microorganismos y otras sustancias que se encuentran en la tierra, el agua y el aire y que podrían provocar intoxicaciones alimentarias.

Siempre se debería limpiar muy bien las frutas y vegetales antes de consumirlas y sin importar que vayamos a comerlas crudas o cocinadas.

1.4.1. Pasos para la limpieza y desinfección de frutas y vegetales.-

- Lo primero que tendremos que hacer es lavarnos muy bien las manos con agua y jabón.
- También hay que mantener limpios y desinfectados los utensilios y el área donde cocinaremos, lavaremos y cortaremos los alimentos.
- A continuación eliminaremos de la fruta o la verdura las partes que estén en mal estado, sucias, podridas o descoloridas.
- Lavar bien las frutas y verduras utilizando cepillo si fuera necesario para eliminar restos de tierra, residuos químicos, entre otros. En el caso de la lechuga se recomienda lavar hoja por hoja.

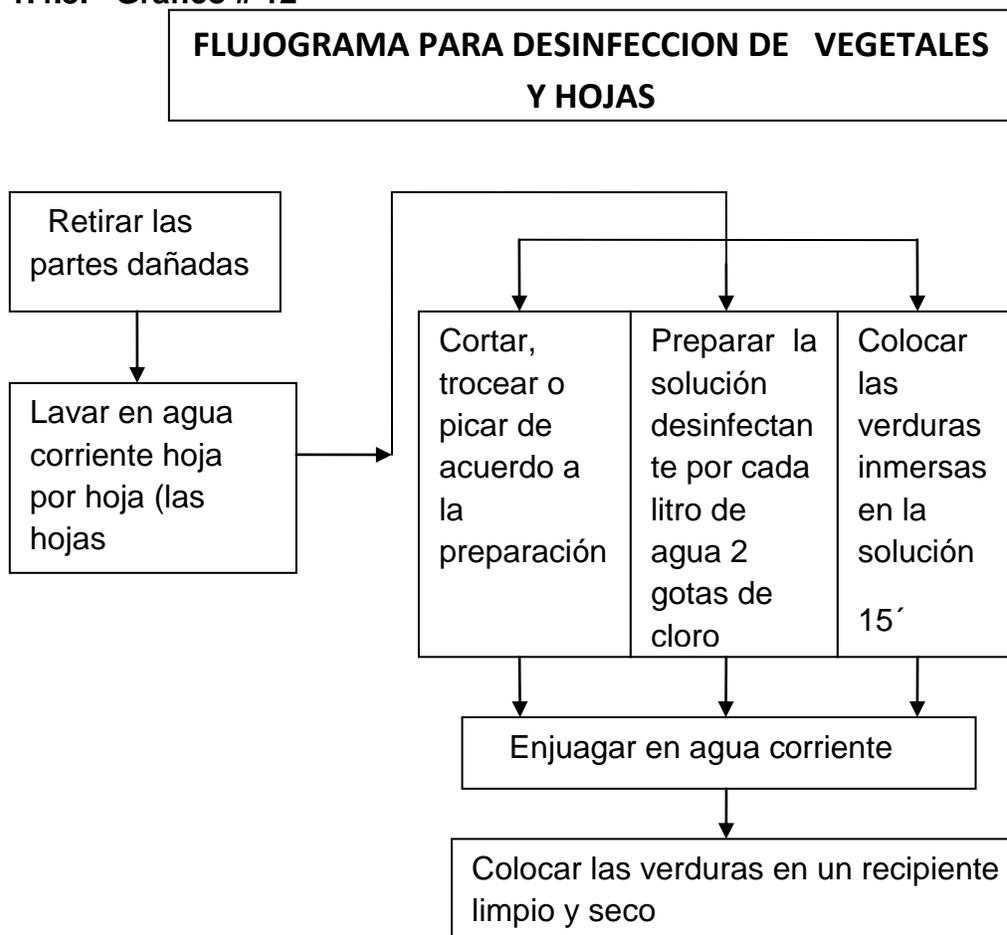
- Poner el alimento bajo el chorro de agua a presión y frotarlo por unos segundos.
- Volver a colocar el alimento bajo el chorro de agua a presión para eliminar el desinfectante.
- Una vez lavada la fruta y la verdura, enjuagarlas con agua de garrafón y secar bien antes de consumirlas, se puede cortar con un cuchillo limpio o con los dedos si fueran hojas de lechuga, escarola, espinacas, etc.

1.4.2. Soluciones desinfectantes:

- Colocar en un tazón un litro de agua y agregar 5 gotas de desinfectante el que está hecho a base de semilla de toronja es muy recomendable y dejar reposar por 15 minutos.
- Otra alternativa es sumergir la fruta o vegetal en un recipiente con agua y unas 5 gotitas de cloro por cada litro de agua.
- La concentración de cloro debe ser de 55 gm. De cloro activo por litro (CLORO DE FRASCO) Es de extrema importancia observar la dilución y tiempo recomendado de inmersión en las soluciones desinfectantes.

Nota importante: No todas las lejías, o cloros son aptas para desinfectar alimentos. Hay que buscar los productos que diga en la etiqueta que es apta para uso alimentario.

1.4.3. Gráfico # 12



Realizado por: Gomez Aucapiña María Francisca

Observaciones: En el brócoli para desprender los insectos, se debe sumergir en una solución previa de agua más sal (2% a 3% de la cantidad de agua) por cerca de 15 minutos antes de lavarlas en agua corriente. A posterior seguir el proceso de desinfección.

Repollo: no es necesaria la higienización hoja por hoja, se pueden cortar en cuatro partes y luego seguir el proceso de desinfección antes anotado, (el repollo que va a cocinarse).

1.5. Precauciones.- Las frutas y vegetales son parte importante de una dieta saludable. Los mercados ofrecen una variedad sorprendente de frutas y vegetales que son nutritivas y deliciosas. Sin embargo, las bacterias dañinas, que pueden estar en la tierra o el agua donde crecen, pueden entrar en contacto con estas frutas y vegetales y contaminarlas. También pueden contaminarse después de haber sido cosechadas, como por ejemplo durante su preparación y almacenamiento. Consumir frutas y verduras contaminadas (o jugos hechos con frutas y verduras contaminadas) puede provocar enfermedades transmitidas por los alimentos, a menudo llamadas "intoxicación por alimentos". Para evitar contaminaciones es mejor prevenir siguiendo estos consejos:

- Comprar frutas y verduras que no tengan magulladuras ni estén dañadas.
- Cuando se seleccione frutas y verduras previamente cortadas, como la mitad de una sandía u otras frutas; o verduras de hoja verde en bolsas, debe elegirse solamente aquellos artículos que estén refrigerados o rodeados de hielo.
- Se debe poner las frutas y verduras en bolsas separadas de la carne, las aves y los pescados y mariscos cuando sean empacadas para llevarlas a casa desde el mercado.

UNIDAD II:

CONDICIONES PARA CONSERVAR FRUTAS Y VEGETALES FRESCOS

2.1. Pre tratamientos básicos antes de almacenar y/o vender frutas y vegetales

2.1. 1. ¿Por qué se usan capas de cera en frutas y vegetales?

2.2. Vegetales con tratamiento especial de almacenamiento

2.1. Pre tratamientos básicos antes de almacenar y/o vender frutas y vegetales

Existen ciertos pre-tratamientos que deben realizarse antes del almacenamiento y/o mercadeo de cualquier producto fresco. Todas las piedrecillas, partículas de tierra y restos de plantas deben ser eliminadas antes del almacenamiento, especialmente si el producto va a ser almacenado a granel. Las piedrecillas dañan el producto y las partículas de tierra y restos vegetales lo compactan y restringen la ventilación, dando origen a zonas en donde se acumula el calor, siendo además vehículos de gérmenes patógenos que dañan el producto.

- El producto pequeño, dañado, infectado y sobre maduro debe ser eliminado.
- El producto muy pequeño pierde agua con rapidez y se marchita durante el almacenamiento.
- El producto que ha sufrido magulladuras o cortes pierde agua y es invadido

fácilmente por los gérmenes patógenos presentes.

- El producto infectado se deteriora rápidamente, se calienta y se convierte en una fuente de infección para el producto sano.
- El producto sobre maduro tiene menor resistencia a las enfermedades, un potencial reducido de almacenamiento y en el caso de frutas como plátanos y mangos, puede producir gas etileno que estimula la madurez prematura y el envejecimiento en toda la bodega.

Sin considerar el tipo de instalación que se utilice para el almacenamiento, es importante disipar el calor que trae el producto del campo antes de introducirlo en la bodega. Esto puede hacerse en un área con sombra, fresca y ventilada o empleando algunas técnicas específicas de refrigeración. Si no se efectúa el enfriamiento, puede producirse una acumulación de calor y elevarse la concentración de dióxido de carbono en la bodega hasta niveles perjudiciales.

Algunos tratamientos son necesarios y de uso común para ciertas hortalizas, como el curado de raíces, y el uso de inhibidores de la brotación en papas y cebollas. Otros tratamientos como el encerado, uso de fungicidas y la fumigación, se usan principalmente en frutas debido al mayor valor que le proporcionan en el mercado minorista.

Uno de los métodos más importantes para reducir las pérdidas en las papas y cebollas almacenadas es el proceso de secado y curado de la superficie. El curado es un proceso para cicatrizar heridas que, en el caso de las papas, da lugar a la formación de una capa suberosa (parecida al corcho) sobre la superficie

de la piel dañada, la cual proporciona considerable protección contra las enfermedades infecciosas y reduce al mismo tiempo, en gran medida, la respiración del producto. El curado de tubérculos y raíces se logra usualmente manteniendo el producto arriba de 18° C por un par de días con humedad relativa alta y después enfriando gradualmente hasta llegar a la temperatura de almacenamiento. Las cebollas cuando no se curan en el campo por secado al sol, pueden tratarse con aire seco a temperaturas más altas que las ambientales.

Almacenar las frutas y verduras frescas perecederas (como frutillas, lechugas, hierbas y hongos) en un refrigerador limpio a una temperatura de 40 °F o menos.

- Lavar todas las frutas y verduras bajo agua corriente y ponerlos en el mercado al aire libre. No se recomienda lavar las frutas y verduras con jabón o detergente.
- Restregar las frutas y verduras firmes, como los melones y los pepinos con un cepillo limpio para frutas y verduras.
- Secar las frutas y verduras con un paño limpio o una toalla de papel para reducir aún más las bacterias que puedan estar presentes.
- Refrigerar todas las frutas y verduras que se compren previamente cortadas o peladas, para mantener la calidad y la seguridad.
- Desechar las frutas y verduras que se ven podridas.

2.1. 1. ¿Por qué se usan capas de cera en frutas y vegetales?

Muchas frutas y verduras producen su propia capa de cera natural. Después de la cosecha, los productos frescos se lavan para eliminar la suciedad y la tierra, pero al

hacerlo, también se elimina la cera natural. Por eso algunos productos frescos se enceran a fin de reemplazar las ceras naturales que se pierden.

Las capas de cera ayudan a conservar la humedad para mantener la calidad desde la granja hasta la mesa, incluso:

- Cuando se envían productos frescos de la granja al mercado
- Mientras permanecen en las tiendas y los mercados
- Una vez que llegan al hogar

Las ceras también ayudan a:

- Inhibir el crecimiento de moho
- Proteger el producto de los golpes
- Evitar otros daños físicos y enfermedades
- Mejorar el aspecto durante la venta

Las ceras se usan únicamente en cantidades diminutas para proporcionar una capa microscópica que rodee a todo el producto. Cada pieza de producto fresco encerado tiene sólo una o dos gotas de cera. Pero, los transportadores de productos frescos y los mercados y supermercados deben rotular las frutas y verduras frescas que han sido enceradas para que usted sepa si el producto que está comprando está recubierto. Preste atención a carteles que digan: "Producto recubierto con cera con base vegetal, de petróleo, alba, goma, laca o resina apta para alimentos, para conservar la frescura".

2.2. Frutas y Vegetales con tratamiento especial de almacenamiento.- Formas de almacenar productos sin utilizar plástico, con la intención de impulsar a los mercados y a los consumidores hacia la idea de basura cero. A continuación se enumeran algunos consejos y trucos para almacenar las frutas y los vegetales sin utilizar plástico.

Frutas:

Manzanas: duran hasta dos semanas en una mesa o estante frescos. Para conservarlas durante más tiempo, se pueden colocar en una caja de cartón dentro del refrigerador.

Cítricos: guardarlos en un lugar fresco con buena corriente de aire, nunca en recipientes herméticos.

Duraznos y nectarinas: guardarlos en un lugar fresco o en el refrigerador únicamente si están completamente maduros.

Cerezas: guardarlas en recipientes herméticos. No lavar las cerezas hasta el momento de consumirlas, ya que la humedad puede generar moho.

Frambuesas: no hay que olvidar que son muy delicadas. A la hora de almacenarlas, no deben apilarse unas sobre las otras. En lo posible, disponerlas en una sola capa. Una bolsa de papel es suficiente. Lavarlas únicamente en el momento de consumirlas.

Fresas: no les gusta la humedad. Se conservan mucho mejor en el refrigerador, concretamente en el interior de bolsas de papel. Verificar la humedad de la bolsa de papel en días intermedios.

Vegetales:

Retirar siempre cualquier goma que cierre la bolsa de los vegetales, o al menos aflojarla para permitir que respiren.

Espárragos: colocarlos separados y verticalmente en un vaso o recipiente con agua a temperatura ambiente. Duran alrededor de una semana fuera del refrigerador.

Albahaca: no le gusta la humedad ni el frío. El mejor método para conservarla consiste en colocarla en un recipiente hermético con un pedazo de papel húmedo en su interior.

Brócoli: colocarlo en un recipiente abierto o envolverlo en un paño húmedo antes de introducirlo en el refrigerador.

Zanahorias: cortar los extremos (pero consévalos para hacer té) de las zanahorias para mantenerlas frescas durante más tiempo. Colócalas en un recipiente cerrado con mucha humedad. Puedes envolverlas en un paño húmedo o mojarlas con agua fría cada dos o tres días para conservarlas durante mucho más tiempo.

Coliflor: dura bastante tiempo en un recipiente cerrado en el refrigerador. Pero se dice que la coliflor tiene mejor sabor si se consume el día de su compra.

Lechuga: mantenerla húmeda en un recipiente hermético en el refrigerador.

Zapallitos (calabacín): duran un par de días en un lugar fresco incluso después de ser cortados. Envolver en un paño y guardar en el refrigerador para conservarlos durante más tiempo.

Evitar el paño húmedo para las zanahorias y guardar en recipientes con agua que se cambiará continuamente. Las zanahorias, cortadas o enteras, duran varias semanas.

UNIDAD III:**EXIGENCIAS ANTES DE VENDER LAS FRUTAS Y VEGETALES**

- 3.1. Higiene corporal y de vestimenta de quienes venden estos productos
- 3.2. Los principales agentes y vías de contaminación de las frutas y vegetales.
- 3.3. ¿Cómo vender frutas y vegetales en el mercado?
- 3.4. ¿Cuál es el mejor espacio para la venta de estos productos en el mercado?
- 3.5. Preparaciones con frutas (delicadas) de especial tratamiento y vegetales.

3.1. Higiene corporal y de vestimenta de quienes venden estos productos

- Bañarse todos los días antes de empezar la venta
- Usar desodorantes personales suaves
- Mantener la higiene en su aseo personal y utilizar en estado de limpieza adecuado la indumentaria.
- Ponerse el uniforme completo y perfectamente limpio, el delantal y la gorra y que no requieran acomodarse continuamente.
- El uniforme no debe ser usado fuera del horario de trabajo, porque las personas que lo visten de ida y vuelta al mercado o en su hogar ofrecen

oportunidades para que sus uniformes entren en contacto con muchas áreas sucias, lo que lleva a la contaminación de los productos que manipula.

- Si está enfermo de las vías respiratorias (tos, catarro, gripe) o en caso de tener infecciones en la piel debe alejarse de los alimentos; es inevitable estornudar cuando se tiene catarro y lo más seguro es que vaya sobre los productos, lo mismo sucede si se tiene tos.
- En caso de infecciones en la piel esa zona tiene millones de microbios que por medio de las manos pasan a todo lo que se toca, contaminándolo, se debe entonces evitar el contacto.

3.2. Los principales agentes y vías de contaminación de las frutas y vegetales.-

Existen varios agentes y vías de contaminación de los alimentos, pero citamos los considerados principales que son:

- Biológica: provocada por bacterias causantes de enfermedades, sus toxinas, virus o huevecillos de parásitos, así como los venenos de algunas plantas.
- Química: es causada cuando por error o descuido, llegan a los productos sustancias químicas como detergentes, insecticidas o venenos que se manejan cerca del lugar de venta de las frutas y vegetales
- Física: cuando entre los productos se encuentran accidentalmente vidrios rotos, pedazos de metal, piedras, grapas, barniz de uñas, joyería, cabellos, o cualquier materia extraña.
- La tierra y sus contaminantes puede causar daño a los productos al caer directamente sobre éstos o depositarse en los tanques, canecas, saquillos,

gavetas, etc. en donde se reposan antes de su venta o se guardan para su transporte.

- El agua también contamina, principalmente debido a que todos los desechos, incluidos los del intestino del hombre llegan a los ríos, lagos y acequias que es en donde se realiza el lavado de las verduras antes de su venta; por lo tanto esta agua contaminada acarrea millones de microbios que podemos ingerir directamente, si no se da un tratamiento adecuado para hacerle potable, o se prescinde de ella para el lavado de verduras.

3.3. ¿Cómo vender frutas y vegetales en el mercado?

Hacer que el puesto sea interesante: no colocar simplemente verduras en la mesa y esperar a que se vendan. Si no tiene un puesto adecuado, se debe poner un mantel limpio en la mesa, usar algunas canastas o recipientes decorativos. Agregar algunos elementos llamativos que hagan que la gente los note. Muchas personas se sentirán atraídas por este puesto y, se acercarán a comprar por su organización y limpieza tanto en las mesas como en el piso.

Hablar con los clientes: cuanto más larga sea la conversación, más a gusto estarán para comprar algo. Recordar que la gente compra más en los puestos donde se siente bienvenida. Siendo amable, los clientes se sentirán más a gusto.

Consejos y advertencias: tratar de conseguir el debido permiso que le permita vender otros elementos afines además de verduras y frutas. Agregar elementos como hierbas frescas para hacer el agua de remedios, semillas, etc.

3.4. ¿Cuál es el mejor espacio para vender las frutas y vegetales?

La venta directa: son sistemas de venta localizados y personalizados además de estar profundamente insertados en la comunidad sobre la base de las relaciones personales entre productor y consumidor. Distintos estudios indican que sectores importantes de la sociedad prefieren el contacto directo con el productor/vendedor antes que un sistema despersonalizado, aun cuando éste sea más económico y eficiente. Una de las ventajas importantes de los sistemas de venta directa es la mayor participación del productor en la fijación del precio del producto y la posibilidad de agregarle valor haciendo más rentable la operación. Sin embargo, un enorme desafío está implícito: no solamente hay que vender, hay que crear una clientela manejando adecuadamente las herramientas para maximizar las ventas.

En la mayor parte de los mercados existen reglamentaciones municipales que establecen zonas y lugares en donde pueden ubicarse puestos fijos para la venta de frutas y vegetales. Son preferibles los lugares con buena visibilidad y accesibilidad además de tener una buena circulación de los potenciales compradores, o las proximidades de lugares que atraigan mucha gente, y que tengan suficiente aireación y protección solar.

3.5. Preparaciones con frutas (delicadas) de especial tratamiento y vegetales.

No solo en los mercados municipales los alimentos están expuestos a peligros de contaminación, también al transportar hacia su destino, los productos sufren maltrato, y descomposición de inmediato pierden sus funciones organolépticas.

Cuando una persona necesita abastecerse de frutas y vegetales para su propio consumo o para realizar preparaciones en su negocio (restaurante, hotel, comedor,

etc.) tiene que acudir a los mercados municipales, está expuesto a sufrir pérdidas o disminución en sus utilidades por el deterioro que estos productos sufren durante la transportación, ya sea por golpes o magulladuras, especialmente las frutas ya no se pueden servir directamente al cliente para consumir como fruta de mano. Igual sucede con algunos vegetales.

A continuación se presenta recetas que se pueden preparar una vez que se deseché la parte maltratada por el transporte, aprovechando lo que todavía sí sirve.

RECETAS CON FRUTAS

|  | | | |
|---|-------|-------|--|
| MERMELADA DE MORAS | | | |
| Grupo: POSTRE | | | |
| Fecha: Diciembre 02-2012 | | | |
| INGREDIENTES | CAN | UND | Preparación |
| Moras | 0,500 | Kg. | La preparación de mermeladas es igual |
| Azúcar | 0,500 | Kg. | para toda fruta, debe ser un fruta madura |
| Limón | 1,000 | Unid. | y sana, se lava y quita el rabito, se deja |
| | | | macerar con el azúcar, se agrega el |
| | | | limón, se deja hervir hasta su punto |
| | | | se utiliza mucho para cobertura de tortas |
| OBSERVACIONES | | | |

|  | | MOUSE DE FRAMBUESAS | |
|---|-------|----------------------------|---|
| Grupo: | | POSTRE | |
| Fecha: | | Diciembre 02- 2012 | |
| INGREDIENTES | CAN | UND | Preparación |
| | | | |
| Frambuesas | 0,300 | Kg. | Licuar las frambuesas, reservar |
| Nata líquida para montar | 0,250 | Kg. | Hidratar la gelatina en agua fría 5 minutos. |
| Claros de huevo | 2 | Unid. | Hacer un merengue italiano enfriar. Agregar |
| Azúcar | 0,080 | Kg. | la nata montada y la gelatina hidrata |
| Gelatina | 5 | Hojas | da, por último agregar la pulpa de las |
| Chocolate para decorar | | | frambuesas, poner en moldes y a refrigerar mínimo 2hrs. |
| | | | Antes de servir decorar |
| | | | con el chocolate líquido. |
| OBSERVACIONES | | | |

Realizado por: Gómez Aucapiña María Francisca

Cuadro # 7

|  | | BATIDO DE KIWI | |
|---|-------|-----------------------|---|
| Grupo: | | BEBIDA | |
| Fecha: | | Diciembre 02-2012 | |
| INGREDIENTES | CAN | UND | Preparación |
| | | | |
| Kiwi | 0,750 | Kg. | Pelamos y limpiamos bien los kiwis |
| Leche | 1,500 | Ltrs. | troceamos, reservamos algunos para |
| Hielo frapeado | 0,150 | Kg. | el decorado final. |
| Hojas de menta | 5 | Unid. | Poner en la licuadora el kiwi, la leche, el hielo frapeado y azúcar |
| Azúcar | 0,035 | Kg. | Batir hasta que quede espumosa y fina |
| | | | Repartir en vasos individuales, decorar |
| | | | con pedazos de kiwi y hojas de menta, refrigerar antes de servir |
| OBSERVACIONES | | | |

Realizado por: Gómez Aucapiña María Francisca

Cuadro # 8

|  | | ENSALADA DE UVAS Y PUERROS | |
|---|-----------|-----------------------------------|---|
| Grupo: | | ENTRADA | |
| Fecha: | | Diciembre 02 -2012 | |
| INGREDIENTES | CAN | UND | Preparación |
| Puerros medianos | 3 | Unid. | Lavar y cortar en rodajas el puerro, |
| Manzanas rojas | 2 | Unid. | blanquearlos y escurrir, lavar y quitar el |
| Jugo de limón | 2 | Cucharadas | corazón de las manzanas, cortar en |
| Uvas negras | 12 | Unid. | rodajas finas y rociar con el limón, lavar |
| Uvas verdes | 12 | Unid. | las uvas cortar por la mitad quitar las |
| Mostaza semifuerte | al gusto | | semillas. |
| Yema de huevo | 1 | Unid. | Mezclar el huevo con la mostaza, agre- |
| Aceite de oliva | 4 | Cucharaditas | gar el aceite gota a gota batir con la batidora |
| Azúcar | una pisca | | agregar la mayonesa, sal pimienta |
| Eneldo | 1 | Atado | y el azúcar, lavar el eneldo y picar con |
| Sal y pimienta | al gusto | | tijeras sobre la mayonesa, mezclar |
| | | | con el puerro, manzanas, uvas, verter |
| | | | la mayonesa, decorar con uvas. |
| OBSERVACIONES | | | |

|  BATIDO DE FRUTILLAS | | | |
|--|----------|-------|--|
| Grupo: POSTRE | | | |
| Fecha: Diciembre 02 -2012 | | | |
| INGREDIENTES | CAN | UND | Preparación |
| Frutillas | 0,300 | Kg. | Licuar la leche descremada con frutillas |
| Leche descremada | 0,250 | Ltrs. | Agregar azúcar, el hielo frapeado. |
| Hielo frapeado | 0,150 | Ltrs. | Licuar hasta que la mezcla esté bien |
| Nuez moscada | al gusto | | incorporada, servir espolvoreando |
| Azúcar | 0,030 | Kg. | la nuez moscada. |
| OBSERVACIONES | | | |

Realizado por: Gómez Aucapiña María Francisca

Cuadro # 10

|  COMPOTA DE DURAZNOS | | | |
|---|----------|-------|--|
| Grupo: POSTRE | | | |
| Fecha: Diciembre 02 -2012 | | | |
| INGREDIENTES | CAN | UND | Preparación |
| Duraznos | 2 | Kg. | Pelar los duraznos, cortar en dos o |
| Azúcar | 0,500 | Kg. | cuatro partes, retirar los carozos y |
| Especias | al gusto | | partecitas malas, colocarlos en una |
| Agua | 1 | Ltrs. | cacerola y agregar el azúcar, cubrir |
| | | | con el agua y llevar al fuego. |
| | | | Dejar que cocine lentamente hasta |
| | | | que estén tiernos, retirar y enfriar, se |
| | | | puede realizar con cualquiera otra |
| | | | fruta para aprovechar de mejor |
| | | | manera, evitando desperdicios. |
| OBSERVACIONES | | | |

Realizado por: Gómez Aucapiña María Francisca

Cuadro # 11

|  | | | |
|---|-------|-------|------------------------------------|
| SORBETE DE PAPAYA | | | |
| Grupo: BEBIDA | | | |
| Fecha: Diciembre 02 -2012 | | | |
| INGREDIENTES | CAN | UND | Preparación |
| Pulpa de papaya | 1,000 | Ltrs. | Mezclar todos los ingredientes y |
| Claras de huevo | 4,000 | Unid. | batir o mandar a batir en máquina. |
| Vermouth | 1,000 | Onza | Congelar por 4hrs. Luego sacar. |
| Azúcar | 0,030 | Kg. | Refrigerar antes de servir. |
| | | | |
| | | | |
| OBSERVACIONES | | | |

Realizado por: Gómez Aucapiña María Francisca

Cuadro # 12

|  | | | |
|---|-------|-------|--|
| KAKE DE BANANO | | | |
| Grupo: POSTRE | | | |
| Fecha: Diciembre 02 -2012 | | | |
| INGREDIENTES | CAN | UND | Preparación |
| Bananos | 0,600 | Kg. | Cremar huevos y azúcar, agregar los |
| Azúcar | 0,600 | Kg. | bananos, el aceite, la leche, continuar |
| Aceite | 0,300 | Ltrs. | batiendo, finalmente agregar la harina |
| Leche | 0,300 | Ltrs. | con el bicarbonato previamente cernidos. |
| Harina | 0,620 | Kg. | Mezclar a mano en forma envolvente |
| Huevos | 8 | Unid. | colocar en moldes previamente engra |
| Bicarbonato | 0,020 | Kg. | sados y enharinados. |
| | | | Hornear por 45` a 180° C. |
| | | | Servir con azúcar impalpable |
| OBSERVACIONES | | | |

Realizado por: Gómez Aucapiña María Francisca

Cuadro # 13

|  | | MISTELA DE CAPULÌ | |
|---|------------|--------------------------|--|
| Grupo: | | BEBIDA TÌPICA | |
| Fecha: | | Diciembre 02 -2012 | |
| INGREDIENTES | CAN | UND | Preparación |
| PRIMERA PARTE | | | PRIMERA PARTE: Es indispensable |
| Capulíes | 0,500 | Kg. | quitar las pepas de los capulíes |
| Aguardiente | 2 | Litros | para mezclar con el aguardiente, dejar |
| | | | reposar un mes en un frasco de cristal |
| SEGUNDA PARTE | | | SEGUNDA PARTE: Después de que |
| Azúcar | 0,500 | Kg. | haya reposado, hacer una miel espesa |
| Agua | 1 | Tasa | con el agua, leche y azúcar; mezclar |
| Leche | 1 | Litro | con el aguardiente cernido y filtrar hasta |
| | | | que la preparación resulte transparente. |
| OBSERVACIONES | | | |

Realizado por: Gómez Aucapiña Maria Francisca

Cuadro # 14

RECETAS CON VEGETALES

|  | | SALSA ROSADA | |
|---|-------|---------------------|---|
| Grupo: | | SALSAS | |
| Fecha: | | Diciembre 02 -2012 | |
| INGREDIENTES | CAN | UND | Preparación |
| Pimiento rojo | 1 | Unid. | Picar en brunoise los pimientos y el |
| Pimiento verde | 1 | Unid. | ají, blanquear los tomates licuar, cernir |
| Tomate riñón | 2 | Unid. | agregar a la mayonesa y esta |
| Perejil | 0,025 | Kg. | preparación mezclar con todos los |
| Ají | 1 | Unid. | Ingredientes, el huevo en brunoise |
| Mayonesa | 0,025 | Kg. | Corregir sabores y refrigerar, esta |
| Huevos duros | 4 | Unid. | salsa sirve para bañar preparaciones |
| | | | con mariscos. |
| OBSERVACIONES | | | |

Realizado por: Gómez Aucapiña María Francisca

Cuadro # 15

|  | | SALSA CHIMICHURRY | |
|---|-----|--------------------------|--------------------------------------|
| Grupo: | | SALSAS | |
| Fecha: | | Diciembre 02 2012 | |
| INGREDIENTES | CAN | UND | Preparación |
| Ajo | 1 | cabeza | Poner apenas un poco de agua en la |
| Perejil | 1 | taza | licuadora y los demás productos |
| Cebolla blanca | 2 | ramas | indicados, licuar bien, se puede |
| Limón (jugo) | 1 | taza | hacer unas tres veces. |
| Apio | 2 | ramas | Tiene la particularidad de quedar un |
| AJÍ | 1 | Unid. | poquito salada. |
| Aceite | 1 | taza | Se utiliza para carnes rojas |
| Sal | 1 | cucharita | |
| Pimienta | 1 | cucharita | |
| Comino | 1 | cucharita | |
| OBSERVACIONES | | | |

Realizado por: Gómez Aucapiña María Francisca

Cuadro # 16

|  ENSALADA MIXTA | | | |
|---|-------|-------|--|
| Grupo: ENSALADAS | | | |
| Fecha: Diciembre 02 -2012 | | | |
| INGREDIENTES | CAN | UND | Preparación |
| | | | Lechuga |
| Hojas de espinaca | 2 | Tazas | Cortar los rábanos en rondes, el papa |
| Rábanos | 1 | Taza | nabo en juliana, la cebolla en juliana. |
| Col moprada | 1 | Taza | las coles en juliana muy fino. |
| Papa nabo | 1 | Taza | Agregar el jugo de limón, dejar macerar |
| Cebolla blanca | 1 | Taza | Con el tomate realizar una salsa ligera y bañar las verduras, agregar el aceite. |
| Limón (jugo) | 1 | Taza | |
| Tomate | 3 | Unid. | |
| Aceite | 0,020 | Kg. | |
| OBSERVACIONES | | | |

Realizado por: Gómez Aucapiña Maria Francisca

Cuadro # 17

|  ENSALADA MEDITERRANEA | | | |
|--|-------|-------|---|
| Grupo: ENSALADAS | | | |
| Fecha: Diciembre 02 -2012 | | | |
| INGREDIENTES | CAN | UND | Preparación |
| | | | Lechuga |
| Tomates cherry | 10 | Unid. | las uvas sacar las semillas y cortar en 3 partes, manzana en brunoise, apio en brunoise, nueces trituradas fino |
| Uvas | 10 | Unid. | |
| Manzanas | 1 | Unid. | Mezclar todos los ingredientes, agregar |
| Alcaparras | 10 | Unid. | |
| Apio | 1 | Atado | los cherrys y bañar con un pequeño |
| Nueces | 0,025 | Kg. | chorrito de salsa balsámica. |
| Salsa balsámica | 0,010 | Ltrs. | |
| OBSERVACIONES | | | Se sirve sola |

Realizado por: Gómez Aucapiña Maria Francisca

Cuadro # 18

|  | | LAZAGÑA DE VEGETALES | |
|---|-------|-----------------------------|---|
| Grupo: | | PLATO FUERTE | |
| Fecha: | | Diciembre 02 -2012 | |
| INGREDIENTES | CAN | UND | Preparación |
| Espinaca | 0,030 | Kg. | Cortar los vegetales en juliana y |
| Cebolla perla | 0,020 | Kg. | blanquear por separado. |
| Zuquini | 0,020 | Kg. | Hacer un refrito con mantequilla, cebolla |
| Zanahoria | 0,025 | Kg. | sal y pimienta, agregar los vegetales |
| Col blanca | 0,020 | Kg. | la salsa bechamel, el queso rallado |
| Salsa bechamel | 0,050 | Ltrs. | Para armar poner en la base pomodoro |
| Queso parmesano | 0,030 | Kg. | sigue la bechamel, canelones, relleno |
| Pomodoro | 0,030 | Ltrs. | y así en total son tres capas de pasta |
| Napolitana | 0,030 | Kg. | dos rellenos, al último salsa napolitana |
| Mantequilla | 0,010 | Kg. | bechamel y queso para gratinar. |
| OBSERVACIONES | | | |

Realizado por: Gómez Aucapiña María Francisca

Cuadro # 19

|  | | BROCHETAS DE VEGETALES | |
|---|-----|-------------------------------|--|
| Grupo: | | ENTRADAS | |
| Fecha: | | Diciembre 02 -2012 | |
| INGREDIENTES | CAN | UND | Preparación |
| Calabacín | 1 | Unid. | Eliminar los extremos del calabacín y cortar en 8 rodajas, cortar pimientos en |
| Pimiento rojo | 1 | Unid. | |
| Pimiento verde | 1 | Unid. | trozos de 2,5 cm. Trocear la cebolla en gajos, dejando la base para que no se deshaga. |
| Cebolla roja | 1 | Unid. | |
| Tomates cherrys | 8 | Unid. | Ensartar los vegetales en 8 pinchos. |
| Champiñones pequeños | 8 | Unid. | |
| Diente de ajo | 5 | Unid. | Mezclar el resto de los ingredientes batir en un pequeño bol con un tenedor. |
| Ají troceado | 1 | Unid. | |
| Orégano | 1 | Cucharada. | Precalentar la parrilla a fuego medio alto |
| Aceite de Oliva | 8 | Cucharadas | Distribuir las brochetas en la bandeja |
| | | | Pintar los vegetales con el aceite condimentado asar de 10` a 15` o hasta que |
| | | | los vegetales estén tiernos. |
| OBSERVACIONES | | | |

Realizado por: Gómez Aucapiña María Francisca

Cuadro # 20

|  | | SALTEADO DE ESPÁRRAGOS | |
|---|-----|-------------------------------|--|
| Grupo: FUERTE | | | |
| Fecha: Diciembre 02 -2012 | | | |
| INGREDIENTES | CAN | UND | Preparación |
| Aceite de ajonjolí | 1 | Cucharada | Calentar el aceite a fuego moderado |
| Ajíes rojos | 2 | Unid. | sacudiendo para que cubra bien el fondo |
| Jengibre fresco | 1 | 5cm. | saltear ají y jengibre unos segundos |
| Cebollas largas finas | 1 | Manojo | Añadir la cebolla unos segundos después |
| Ajo machacados | 2 | Unid. | el ajo, saltear 5' para que se ablanden |
| Pimiento rojo | 1 | Unid. | Agregar pimiento saltear unos minutos |
| Brócoli | 1 | cabeza | incorporar el brócoli, saltear unos |
| Espárragos | 1 | Manojo | minutos más y luego los espárragos |
| Azúcar pulverizada | 1 | Cucharada | Saltear de 1` a 2` más mínimo. |
| Sal y pimienta negra | | Al gusto | Espolvorear azúcar y sal pimentar |
| Menta | 1 | Manejo | saltear hasta que se disuelva el azúcar |
| | | | Retirar del fuego agregar la menta, servir |
| | | | En seguida con arroz blanco o solo. |
| OBSERVACIONES | | | |

Realizado por: Gómez Aucapiña Maria Francisca

Cuadro # 21

|  | | MAZORCAS DE MAÍZ | |
|---|------------|-------------------------|---|
| Grupo: ENTRADAS | | | |
| Fecha: Diciembre 02 -2012 | | | |
| INGREDIENTES | CAN | UND | Preparación |
| Mazorcas tiernas | 8 | Unid. | Para hacer la mantequilla mezclar todos |
| Sal y pimienta negra | c/n. | | los ingredientes en un bol, luego poner |
| PARA LA MANTEQUILLA | | | en una hoja de papel sulfurizado y darle |
| DE HIERBAS | | | forma de rollo, envolver como si fuera un |
| Mantequilla blanda | 0,125 | | paquete cerrando bien, refrigerar hasta |
| Mostaza Dijon | 1 | cucharita | que adquiera la firmeza necesaria para |
| Jugo de limón | 1 | Unid. | luego cortar en rodajas, poner las |
| Diente de ajo | 1 | Unid. | mazorcas limpias en agua hirviendo y |
| Cebolla chalote picada | 1 | Unid. | tapar la olla, cuando vuelva a hervir |
| Cebollín picado | 1 | Cucharada | apagar el fuego y dejar 5` más el maíz |
| Perejil picado | 1 | Cucharada | dentro de la olla tapada para que acabe |
| Albahaca picada | 1 | Cucharada | de cocinarse, retirar el maíz colocar en |
| Menta picada | 1 | Cucharada | una bandeja, cortar la mantequilla |
| | | | en 8 rodajas y poner una en cada maíz. |
| | | | servir caliente |
| OBSERVACIONES | | | |

|  | | ALCACHOFAS ASADAS CON TOMATE | |
|---|-------|-------------------------------------|--|
| Grupo: GUARNICIÒN | | | |
| Fecha: Diciembre 02 -2012 | | | |
| INGREDIENTES | CAN | UND | Preparaci3n |
| Corazones de alcachofas | 0,400 | Kg. | Precalentar el horno a 140° C. colocar |
| Tomates pera | 8 | Unid. | los corazones de la alcachofa en una |
| Dientes de ajo sin pelar | 12 | Unid. | bandeja con los tomates, esparcir los |
| Aceite de Oliva | 2 | Cucharadas | dientes de ajo sin pelar por encima |
| Vinagre Balsámico | 2 | Cucharitas | Rociar con el aceite y el vinagre |
| Tomillo | 0,010 | | balsámico, ańadir el tomillo. |
| Sal marina | 0,010 | | Salpimentar al gusto |
| Pimienta negra | c/n | | Asar por 1 hora o hasta que los |
| | | | vegetales est3n listos y servir |
| OBSERVACIONES | | | |

Realizado por: G3mez Aucapińa Maria Francisca

Cuadro # 23

|  | | MUCHINES DE YUCA | |
|---|-------|-------------------------|---|
| Grupo: ENTRADAS | | | |
| Fecha: Diciembre 02 -2012 | | | |
| INGREDIENTES | CAN | UND | Preparaci3n |
| Yucas | 2 | Kg. | Pelar, lavar y rallar lo m3s fino las yucas, exprimir todo su lquido. |
| Quesillo | 0,500 | Kg. | En esta masa agregar la mantequilla |
| Mantequilla | 0,025 | Kg. | Amasar el quesillo, agregar la sal |
| Sal | 0,015 | Kg. | Armar los muchines en forma ovalada |
| Aceite | c/n. | | del tamańo deseado, colocar en el |
| | | | centro el quesillo, poner una paila con |
| | | | Aceite cuando hierva freír los muchines. |
| OBSERVACIONES | | | |

Realizado por: G3mez Aucapińa Maria Francisca

Cuadro # 24

|  UNIVERSIDAD ISRAEL | | PURÈ DE PAPAS SUPREMO | |
|--|-------|------------------------------|---|
| Grupo: | | FUERTE | |
| Fecha: | | Diciembre 02 -2012 | |
| INGREDIENTES | CAN | UND | Preparación |
| Papas harinosas peladas | 1,500 | Kg. | Trocear las papas, poner en una olla |
| Crema de leche | 2 | Cucharadas | con agua, cuando rompa el hervor |
| Leche | 2 | Cucharadas | añadir la sal, tapar y dejar a fuego lento por 25`o hasta que las papas |
| Mantequilla | 0,085 | Kg. | estén tiernas. Retirar del fuego |
| Queso cheddar o similar | 0,125 | Kg. | Y escurrir, volver a poner las papas calientes en la olla con la crema |
| Crema de rábano picante | 1 | Cucharada | de leche, la leche y la mantequilla. |
| Cebollas largas picadas | 4 | Unid. | Pasar por un chino, hacer un puré, y añadir |
| Perejil picado | 2 | Cucharadas | Los demás ingredientes, mezclar bien. |
| Cebollín picado | 2 | Cucharadas | Servir caliente. |
| Sal y pimienta negra | c/n | | |
| OBSERVACIONES | | | |

Realizado por: Gómez Aucapiña Maria Francisca

Cuadro # 25

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:

5.1. CONCLUSIONES.- Casi la totalidad de las personas que venden los productos en los mercados municipales, especialmente en el Mercado de “El Arenal” de la ciudad de Cuenca desconocen lo que es la correcta manipulación de éstos, por lo tanto no aplican ninguna norma de higiene en los productos.

Las personas que venden frutas y vegetales no se preocupan de una buena exhibición para la venta, ni de la protección que éstos requieren, peor aún de su higiene personal, el trato al cliente no es el correcto, debido a sus bajos niveles de preparación educativa, piensan únicamente en la venta y la rentabilidad del negocio.

Desconocen que las frutas y vegetales son productos que ayudan a mantener buenos niveles de salud, solamente lavan antes de consumir porque si.

La preocupación que ha demostrado la Municipalidad de Cuenca en lo que ha limpieza e higiene de los mercados se refiere, y a las mejoras de su infraestructura, beneficia directamente al área de frutas y vegetales, complementando su magnífica labor con la lucha continua contra la delincuencia que impera en éste y en todos los mercados municipales.

Con la aplicación del programa de capacitación se logrará concienciar a las personas que venden, puesto que también ellas en algún momento pasan de ser vendedoras a consumidoras y sienten las mismas necesidades. Trabajando en conjunto se conseguirá el bienestar común, practicando la igualdad de derechos y la libertad de participación; finalidades que persigue el Plan Nacional Del Buen Vivir.

5.2. RECOMENDACIONES.- Desarrollar el programa de capacitación continua sobre la correcta manipulación de frutas y vegetales para las personas que trabajan en los mercados municipales.

Educar a las personas encargadas de estos negocios con la presencia de especialistas, en lo relacionado a los microorganismos y bacterias que contaminan los productos, su incidencia en la salud de los consumidores, y la necesidad de desinfectar antes de consumir.

A las personas directamente vinculadas con la administración o dirección de los mercados gestionar con organismos que les faciliten congeladores y refrigeradores de gran capacidad para mejorar la conservación de productos especialmente de aquellos no vendidos y que quedan para el siguiente día.

Mediante la capacitación continua, lograr que los productos que se expenden sean sometidos a un adecuado control de sanitización.

Desarrollar una cultura de servicio de calidad al cliente, que redunde con la imagen de los mercados y mejore la rentabilidad de los negocios.

Fomentar mediante procesos educativos, la conciencia de cada una de las personas que trabajan en estas áreas sobre la necesidad de cuidar y mantener en buenas condiciones la infraestructura de los establecimientos.

Desarrollar una propuesta de capacitación anual en perspectiva de elevar el nivel cultural y gastronómico de las personas que venden en los mercados municipales.

BIBLIOGRAFIA:

1. DEL MAR, María, Empresas de Restauración Alimentaria, Sistema de Gestión Global, Letamendi, 2.001

2. POKORNY, James, Antioxidantes de los Alimentos, Aplicaciones Prácticas, Institute of Chemical Technology, 2.005

3. COUTO Lorenzo, Luis, Auditora del Sistema APPCC, Cómo verificar los Sistemas de gestión de Inocuidad Alimentaria, haccp, 2.008

4. Ed., CEP, Cuaderno del Alumno, Técnicas de Higiene, Manipulación y Conservación de Alimentos, (Cocineros), Formación para el empleo, 2.010

5. LEIVA, Francisco, "NOCIONES DE METODOLOGIA" DE: Investigación Científica, Quinta Edición, 2006

6. Manual Nivel Operativo Sector Programa "H", 1988 – 1995

7. "PLAN DE DESARROLLO URBANO" del Área metropolitana de la ciudad de Cuenca, Volumen xxvii, Programas y Proyectos de Mercados.

INTERNET:

1. <http://saludcolombia.comactualsalud45colabora.htm>
2. <http://www.consumoteca.com/alimentacion/seguridad-alimentaria/higiene-de-los-alimentos>
3. <http://cuadernoderecursos.es/contaminacion-cruzada/>
4. <Http://www.Lagastroteca.com tecnolg cuchara.htm>
5. <http://www.slideshare.net/bemaquali/armand>
6. <http://www.islabahia.com/artritisreumatoide/0401lasteoriasdejeanseignalet.>
7. <WWW.contaminacion-cruzada-en-celiaquia>
8. [http://www. "Teoría de la simbiogénesis" - Wiki pedía, la enciclopedia librees](http://www.)
9. <http://estudiantesdefsoc.com.ar/relaciones-de-trabajo/74-psicologia-del-trabajo/1194-apacitacion-y-teorias-de-aprendizaje.html>
10. <http://www.portalplanetasedna.com.ar/pasteur.htm>
11. <http://www.scielo.org.co/pdf/agc/v26n1/v26npdf>
12. http://biblioteca.itson.mx/oa/educacion/oa46/conceptos_basicos_educacion/x7.ht
13. <http://www.forengalicia.es/promo/glosario.html>
14. <http://www.ilustrados.com/tema/4751/Guia-para-diseno-Programas-Capacitacion.html>

15. <http://Sistema de gestión de contenidos - Wikipedia, la enciclopedia librees>
16. <http://www.emagister.com/curso-desarrollar-capital-humano/capacitacion-competencias>
17. http://www.google.com.ec/#hl=es-419&gs_nf=3&pq=www.%20
18. http://proyecu.galeon.com/cuadernos/cuad0/cuad0_2.html
19. <http://www.el monitoreo y evaluaciòndecon.edu.uy/100jovenes/materiales/sgNC-20.pdf>
20. www.policyproject.com/pubs/.../Policy%20Proj%20Sec%20III-8.pdf
21. www.gestionrestaurantes.com/llegir_article.php?article
22. www.7canibales.com/?p=8152
23. <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definicion-informacion.html>
24. www.gestiopolis.com/.../perfil-del-facilitador-capacitador-y-gestor
25. <http://aceproject.org/about-en/copyright>
26. www.Elaboración de plan de capacitación - Monografias.com
27. <http://www.encuentromercadosmunicipales.es/noticia14.ph>

ANEXOS:

Visita de campo Mercado “El Arenal”

Manipulación de Frutas y Vegetales

Anexo # 1

Foto Sección - Frutas



Tomado por: Gómez Aucapiña Maria Francisca

Anexo # 2

Mercado El Arenal

Foto - Sección Frutas



Tomado por: Gómez Aucapiña María Francisca

Anexo # 3

Mercado “El Arenal “

Foto- Sección Frutas



Tomado por: Gómez Aucapiña Maria Francisca

Anexo # 4

Mercado “El Arenal” –Foto Sección Frutas



Tomado por: Gómez Aucapiña María Francisca

Anexo # 5

Mercado “El Arenal”

Foto Sección - Vegetales



Tomado por: Gómez Aucapiña Maria Francisca

Anexo # 6

Mercado “El Arenal”

Foto Sección Vegetales



Tomado por: Gómez Aucapiña María Francisca

Anexo # 7

Mercado El Arenal

Foto- Sección Vegetales



Tomado por: Gómez Aucapiña María Francisca

Anexo # 8

Mercado “El Arenal”

Foto Sección Vegetales



Tomado por: Gómez Aucapiña María Francisca

Anexo # 9

Mercado “El Arenal”

Foto - Sección Vegetales



Tomado por: Gómez Aucapiña Maria Francisca

Anexo # 10**Mercado “El Arenal”****Foto - Sección Vegetales**

Tomado por: Gómez Aucapiña María Francisca

FOTOS A VENDEDORAS Y CONSUMIDORES

Anexo # 11

Entrevista a Vendedoras



Tomado por: Gómez Aucapiña María Francisca

Anexo # 12
Entrevista a Vendedoras



Tomado por: Gómez Aucapiña María Francisca

Anexo # 13
Foto tomada a vendedoras



Tomado por: Gómez Aucapiña Maria Francisca

Anexo # 14
Tomada a Consumidores



Tomado por: Gómez Aucapiña María Francisca

Anexo # 15
Tomada a Consumidores



Tomado por: Gómez Aucapiña María Francisca

Anexo # 16
Tomada a Consumidores



Tomado por: Gómez Aucapiña María Francisca

Anexo # 17



ESQUEMA DE LA ENTREVISTA 1

ENTREVISTA A VENEDORES EN EL MERCADO EL ARENAL

ESTA ENTREVISTA TIENE POR OBJETO RECOPIAR INFORMACION SOBRE EL EXPENDIO DE LOS PRODUCTOS EN ESTE MERCADO, LA MISMA SERVIRA PARA EL DESARROLLO DE UN PROYECTO DE GRADUACION.

NOMBRE Y APELLIDO: _____

1 ¿Cuánto tiempo trabaja Ud. en este negocio?

2 ¿Trabaja Ud. por cuenta propia o para otra persona?

3 ¿Conoce Ud. sobre algún programa de capacitación para la buena manipulación de productos que esté dándose o se haya dado?

4 ¿Le gustaría participar en alguno de estos programas?

SI ¿Porque? _____

NO ¿Porque? _____

5 ¿Cómo Ud. mantiene los alimentos sanos y frescos para su venta?

6 ¿Considera Ud. que las maneras como exhibe y vende sus productos son los correctos?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Elaborado por: Gómez Aucapiña María Francisca

Anexo #18



ESQUEMA DE LA ENTREVISTA 2

ENTREVISTA A CONSUMIDORES EN EL MERCADO EL ARENAL

ESTA ENTREVISTA TIENE POR OBJETO RECOPIAR INFORMACION SOBRE EL EXPENDIO DE LOS PRODUCTOS EN ESTE MERCADO, LA MISMA SERVIRA PARA EL DESARROLLO DE UN PROYECTO DE GRADUACION.

NOMBRE Y APELLIDO: _____

1 ¿Cuánto tiempo realiza las compras en este mercado?

2 ¿Porqué prefiere este mercado antes que los otros?

3 ¿Cómo le parece a Ud. la manera en la que exhiben y venden los productos?

4 ¿La ubicación de las frutas y vegetales le parece la correcta?

SI ¿Porque? _____

NO ¿Porque? _____

5 ¿Qué le gustaría que cambie y qué aconsejaría Ud.?

GRACIAS POR SU COLABORACION

Elaborado por: Gómez Aucapiña María Francisca

Anexo 19:**Solicitud en la “Municipalidad de Cuenca”. Departamento de Dirección Administrativa. Pidiendo información sobre el Mercado “El Arenal”**

Cuenca, 24 de octubre del 2012

Sr.

Tnlg. Luis Homero Calle

Responsable de la Unidad de Ferias y Mercados

Ciudad.

Yo, María Francisca Gómez Aucapiña con céd. Ident. # 010309657- 4 estudiante universitaria de la Facultad de Gastronomía a Ud. muy respetuosamente solicito:

Se digno facilitarme información sobre todo lo concerniente al Mercado de la Feria Libre “El Arenal”, que es de suma importancia para el desarrollo de mi tesis de graduación, la misma que tiene como tema: La elaboración de un Programa de Capacitación sobre la Manipulación de Frutas y Vegetales en los Mercados Municipales.

A la espera de una pronta y favorable respuesta, no sin antes anticiparle mis debidos agradecimientos.

De Ud. Muy Atentamente

.....

María Francisca Gómez Aucapiña

Céd. 010309657 – 4

Telf. 2808104

Celular. 0990036169