

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

CARRERA DE GASTROMONIA

**Programa de capacitación para la elaboración de los jugos en los mercados
municipales**

Estudiante

Amanda Lorena Vizhco Sigua

Tutor

Msc. Paola Molina

Cuenca Ecuador

Enero 2013

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

CARRERA DE GASTROMONIA

CERTIFICADO DE AUTORIA

El documento de tesina con título “Programa de capacitación para la elaboración de los jugos en los mercados municipales” ha sido desarrollado Amanda Lorena Vizhco Sigua con C.C. N° 0105784300 persona que posee los derechos de auditoria y responsabilidad, restringiéndose la copia o utilización de cada uno de los productos de estas tesina sin previa autorización.

Dedicatoria

Dedico la siguiente tesina a Dios, a la Virgen, por darme la suficiencia sabiduría para culminar una etapa más de mis estudios, a mi hijo Roberto Eliecer a pesar de ser un bebe me acompañó en mis largas jornadas de realizar este proceso que logrado es por ti mi bebe gracias a por estar en mi vida.

Agradecimiento

Le doy gracias a la vida por a verme dado unos padres buenos que me apoyan en todos mis proyectos, tenerme la suficiente paciencia, a mis hermanos por apoyarme en las buenas y en las malas.

Resumen

Se ha visto en el Ecuador goza de una amplia variedad de frutas entre las que se destacan principalmente: el banano, piñas, mangos, papayas y maracuyás, así como otras frutas de clima tropical y templado. Debido a las amplias variaciones climáticas entre una región y otra, el país es un lugar privilegiado para el cultivo de frutas.

Generalmente, este tipo de frutas se caracterizan por ser completamente naturales, por sus sabores concentrados, colores y aromas. En su mayoría, se los puede encontrar en los mercados municipales, las mismas que son altamente apetecidas en los jugos que se los pueden encontrar en los puestos de jugos de los mercados municipales.

En los mercados municipales se pueden encontrar una gran variedad de jugos, compuestos, como naranja con alfalfa, entre otros, gracias al sabor singular y aromático que la caracteriza. Para el cual se avisto en la necesidad de capacitar a las señoras de los puestos de jugos, para que puedan ofertar otros jugos, puedan recomendar a sus compradores los beneficios de las frutas, no desperdiciar los restos de frutas, para que de esta forma no tengan pérdidas para su negocio; vendan con la higiene adecuada para la cual los clientes tengan la confianza de consumirlos. Cual todas estas frutas se pueden encontrar estos productos mercados los mercados municipales.

Summary

Displayed in Ecuador has a wide variety of fruits among which mainly includes: bananas, pineapples, mangoes, papaya and passion fruit and other fruits of tropical and temperate. Because of wide variations in climate between one region and another, the country is an ideal place for growing tropical fruits.

Generally, these fruits are characterized by being completely natural, concentrated flavors, colors and aromas. Mostly, they can be found in local markets, they are

highly prized in the juices that can be found in positions of municipal markets juices.

In the municipal market can find a variety of juices, compounds such as orange with alfalfa, among others, thanks to the unique and aromatic flavor that characterizes it. To which was seen in the need to train ladies juices so they can offer other juices, may recommend to their buyers the benefits of fruits, know not to waste the remains of fruits, so that in this way any leakage for your business. Sold with proper hygiene, for which customers have the confidence to consume. It is sold in fresh fruit markets, while they can be found in local markets.

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

1	INTRODUCCIÓN	1
1.1	Antecedentes	1
1.1.	Objetivos	7
1.1.1.	General	7
1.1.2.	Específicos	7
2.	MARCO DE REFERENCIA	7
2.1.	Marco conceptual	7
2.1.1.	Manipulación de alimentos	7
2.1.2.	Salud alimentaria	8
2.1.3.	Calidad:	9
2.1.4.	Expendio de alimentos:	9
2.2.	Fundamentación teórica	9
2.2.1.	Teorías de estudio	10
2.2.2.	Fundamentación teórica de los procesos	13
2.3	Hipótesis	30
2.3.1	General	30
2.3.2	Específicos	31
3	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	31
3.1	Unidad de Análisis	31
3.2	Población y muestra	35
3.3	Tipo y métodos de investigación	36
3.3.1	Tipos de investigación	36
3.3.2	Método	37
3.4	Técnicas e Instrumentos	38
3.5	Organización de análisis de los datos	38
3.6	Organización y análisis de los datos	44
3.6.1	Conclusión de la matriz del FODA	44
4	RESULTADOS	45
4.1	Identificar la filosofía de los mercados municipales:	45
4.1.1	Misión.	45
4.1.2	Visión.	45
4.2	Políticas del mercado	45

4.3	Estrategias del mercado	46
4.4	Definir las necesidades de la empresa y priorizarlas en relación al ámbito de capacitación:	46
4.5	Estructurar el programa de capacitación:	47
5	Cartilla de aprendizaje	52
5.1	Los jugos	52
5.1.1	Definición	52
5.1.2	Elementos	54
5.1.3	Higiene	55
5.2	Las frutas	57
5.2.1	Clasificación de las frutas	57
5.2.2	Elección de las frutas para los jugos.	58
5.2.3	La combinación de frutas con vegetales u hortaliza.	59
5.2.4	La combinación no adecuada de frutas con vegetales u hortaliza.	59
5.2.5	Beneficios de las frutas	60
5.2.6	Congelar la fruta	61
5.2.7	Opciones de no tener desperdicios de frutas	63
6	CONCLUSION Y RECOMENDACIÓN	67
6.1	Conclusiones	67
6.2	Recomendaciones	67

LISTA DE CUADROS Y GRAFICOS

	Pagina
GRAFICO 1 Destino y alcance de los programas de capacitación	19
GRAFICO 2 Zona administrativa	33
GRAFICO 3 Zona mercadeo	34
GRAFICO 4 Gráficos estadísticos de números de entrevistados en el Mercado el Arenal	39
GRAFICO 5 Análisis FODA	44
GRAFICO 6 Cuadro de necesidades: Quality Function Deploymet	46
GRAFICO 7 Datos generales	47
GRAFICO 8 Contenido/ competencias a desarrollar	49
GRAFICO 9 Beneficios de las frutas	60
GRAFICO 10 Fichas técnicas	64

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1 Instrumento: Esquema de la entrevista

ANEXO 2 Fotos de mercado

1 INTRODUCCIÓN

Mediante una observación de campo insitu se observó la necesidad de una capacitación a todos quienes conforman parte de un mercado para mejorar las condiciones de los puestos de trabajo de los jugos, no tienen la higiene necesaria, los mismos que puedan brindar un adicional servicio de recomendar diferentes jugos y dar información de cada uno de ellos. El tema que se investigara a continuación nos ayudara a comprender y concientizar a las personas involucradas en este medio, ya que se pudo constatar que los espacios de donde se preparan estas bebidas son espacios reducidos, para mantener estos recursos alimentación deben tener una óptima higiene hasta su consumo.

El programa de capacitación designado para los puestos de jugos en los mercados municipales para un grupo importante de personas encargadas de preparar estos jugos nutritivos; estos mismos deberán asimilar una cultura de la higiene en todos los ámbitos que se encuentren inmersos la seguridad alimentaria y así poder ofrecer productos aptos para el consumo humano.

1.1 Antecedentes

Ecuador goza de una amplia variedad de frutas de clima tropical y templado, debido a las amplias variaciones climáticas entre una región y otra, el país es un lugar privilegiado para el cultivo de frutas tropicales.

Generalmente, este tipo de frutas se caracterizan por ser completamente naturales, por sus sabores concentrados, colores y aromas. En su mayoría, se los puede encontrar en los mercados municipales, las mismas que son altamente apetecidas en los jugos o consumir la fruta fresca.

ESTATUTO Y REGLAMENTO DE GESTIÓN, COPARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN CONDOMINIAL DEL MERCADO DE LA CIUDAD DE CUENCA

EL CONCEJO CANTONAL DE CUENCA,

Que según dispone el Art. 1 del Reglamento para la Adjudicación y Subasta de Bienes Municipales de los Mercados de Cuenca, Sometidos al Régimen de Administración Condominial, los mercados de Cuenca, construidos o reconstruidos con el aporte de los comerciantes, serán sometidos al régimen de administración condominial;

Que es atribución del Concejo Cantonal dictar los Estatutos y Reglamentos de uso, gestión y administración de los Mercados sometidos a tal régimen de administración en función del servicio público, garantizando los derechos que se derivan de los aportes que realicen los comerciantes;

CAPÍTULO I

REGLAS GENERALES: NATURALEZA DEL SERVICIO, USO Y DISFRUTE

Art. 2.- Las actividades, usos y servicios que se presten dentro del mercado y el mercado en su conjunto, para garantía del servicio público son aquellos que se encuentran establecidos en el plano de situación actual, anexo al presente y que forma parte de este Estatuto.

Art. 3.- Los usos y giros comerciales son invariables en sus condiciones generales y específicas. Las reformas y cambios de uso dentro del mercado, deberán responder a situaciones debidamente sustentadas, que previo dictamen favorable de la Secretaría General de Planificación, podrán ser aprobados por el 1. Concejo Cantonal en función del mantenimiento y mejora del servicio esencial al que está dedicado. El sistema de gestión y administración establece un modelo

condominial y de gestión compartida, sin que por ello se limite la potestad pública en el cumplimiento de la finalidad esencial a la que está destinado su uso y servicio.

Art. 4.- El condominio obligatorio, en todos los casos, en beneficio y garantía del servicio público, se mantendrá de manera permanente con la Municipalidad de Cuenca, copropietario de los correspondientes condóminos de las áreas y unidades de dominio privado, bajo las condiciones establecidas en este Reglamento y que formará parte de todas las escrituras que establezcan el régimen de copropiedad, administración y gestión de este bien, empresa y servicio.

Art. 5.- El régimen condominial establecido por este Estatuto define las áreas restringidas al uso público, las áreas comunes generales y las áreas y unidades de dominio exclusivo, subordinadas al servicio público general. Los títulos escriturarios de dominio establecerán, en cada caso, el uso específico de servicio al que está destinado cada equipamiento y las reglas específicas o particulares, propias de su giro comercial.

Art. 11.- El copropietario, obligado al servicio y beneficiario de los derechos de uso y disfrute, es responsable del mantenimiento, conservación en su forma y sustancia de la unidad de dominio privado. Las mejoras que se introduzcan y que accedan por su naturaleza a dicho bien son de su cargo y acrecen el condominio en las mismas proporciones de su constitución original sin costo para la Municipalidad, salvo acuerdo escrito con la administración y gerencia del Mercado 10 de Agosto, autorizado por el Concejo Cantonal para las mejoras generales y para las obras y refecciones mayores, según se definen en el artículo 830 del Código Civil.

Art. 12.- El copropietario obligado al servicio es responsable de todas las obligaciones condominiales como si fuese titular único de tales derechos reales. Son de su cargo también los impuestos fiscales y municipales. Para el pago del impuesto al predio urbano, se descontará la parte correspondiente a la

Municipalidad, según dispone el artículo 331 de la Ley de Régimen Municipal.

Art. 13.- El copropietario obligado al servicio es responsable no sólo por sus hechos y omisiones, sino por los hechos ajenos que por su negligencia ocurran y afecten al servicio. Su responsabilidad se compromete desde la culpa leve, según lo define el Código Civil.

CAPÍTULO II

DERECHO Y OBLIGACIONES DE LOS COPROPIETARIOS

Art. 15.- Los copropietarios y sus dependientes deberán sujetarse estrictamente a las reglas del presente Estatuto y Reglamento.

Art. 16.- Las unidades de dominio privado y todos los bienes del Mercado sólo podrán ocuparse para los fines, destinos y servicios al que están adscritos, según consta del plano adjunto a este Reglamento que establece tales usos y giros comerciales.

Art. 17.- Los copropietarios tienen derecho a ocupar los servicios del mercado, los bienes de uso común, de acuerdo a las normas de carácter general dispuestas para su uso y de acuerdo con su naturaleza.

Art. 18.- Se prohíbe la venta de mercaderías distintas a las del giro comercial autorizado. Se proscribe en todas las áreas la venta y consumo de bebidas alcohólicas. La inobservancia de esta disposición se considera falta grave.

Art. 20.- Se prohíbe, fuera de los horarios establecidos para carga y descarga por el Administrador o Gerente, el transporte, circulación y traslado de mercancías de abasto, por los corredores y pasajes del Mercado identificados como áreas de circulación común.

Art. 21.- Es obligación de los ocupantes de los inmuebles mantener sus unidades en perfecto estado, al igual que sus instalaciones, y prestar el servicio propio de su giro comercial de manera permanente, de acuerdo a los horarios autorizados por la administración del Mercado.

Art. 22.- Se prohíbe el uso de altavoces dentro del Mercado, salvo en aquellas circunstancias y con ocasión de ferias y eventos comerciales de carácter general organizados por la Administración del Mercado, previa autorización municipal.

Art. 23.- Sin perjuicio de las obligaciones y responsabilidades del condómino de la Municipalidad, los ocupantes de los bienes y prestadores del servicio, son responsables del cuidado, mantenimiento y conservación del bien. Las obras de mantenimiento y reparación menor se harán en horarios que no afecten el servicio de los demás ocupantes y usuarios del mercado, bajo la vigilancia del administrador del Mercado y con su autorización.

Art. 24.- Ningún propietario podrá hacer cambios físicos dentro de las unidades individuales, siendo su obligación propia el mantenimiento del bien en sus condiciones originales. La pintura externa del bien, sus letreros, avisos comerciales, se subordinarán al régimen de administración general diseñado para el Mercado en función de sus fines y para el mantenimiento de una identidad comercial común general y por giros específicos.

Art. 25.- Se prohíbe toda forma de ocupación exterior a la de los puestos sometidos al régimen de administración particular, ni aún con efectos o propósitos de exhibición de la mercadería. Se prohíbe por lo tanto la colocación de vitrinas o elementos exteriores al puesto de uso y ocupación individual. Los letreros y avisos comerciales, elaborados dentro de un formato de identidad general, previa aprobación municipal, se mantendrán y colocarán en cada uno de los puestos, incluyendo las listas de precios de manera obligatoria y permanente.

Art. 26.- Se prohíbe la colocación de propaganda y publicidad de cualquier naturaleza en las paredes exteriores de los distintos puestos y en las áreas de

uso común, salvo en aquellos espacios reservados para avisos y de comunicación general. La identificación particular de cada uno de los puestos se sujetará a la reglamentación dictada por el Consejo de Administración.

Art. 27.- Es obligación general permitir en cualquier tiempo al Administrador o Gerente o a las autoridades municipales las inspecciones y registros necesarios para el control de pesas, medidas, condiciones higiénicas de mantenimiento y expendio de productos.

Art. 28.- Es obligación general observar para el público, los demás condóminos, administrador del Mercado y funcionarios, las normas de conducta y cortesía necesarias al servicio. La conducta impropia en las relaciones internas será sancionada por el Administrador, sin perjuicio de otras acciones administrativas, civiles o penales.

Art. 29.- Es obligación general de los condóminos, el pago a prorrata, de acuerdo a la alícuota de cada unidad, de las cuotas mensuales por mantenimiento, administración y servicios generales del Mercado.

Art. 30.- Las cuotas de gastos comunes se pagarán dentro de los primeros diez días de cada mes. De no cumplirse esta obligación el pago se hará con los intereses máximos de ley y los recargos por mora a partir del día once. La falta de pago podrá perseguirse de manera subsidiaria por la Municipalidad por la vía coactiva. En todos los casos, los recargos de intereses y mora acrecentarán el fondo general de administración del Mercado.

Art. 31.- Es obligación de cada condómino de las unidades de dominio privado, sin perjuicio de las obligaciones solidarias del ocupante, el pago y mantenimiento de los servicios individuales de luz, teléfono y otros que sean propios y necesarios de cada giro comercial.¹

¹Alcaldía de Cuenca, 18 de julio del 2003
<http://www.cuenca.gov.ec/?q=system/files/ordenanzas/reglamento%20183.doc>

1.1. Objetivos

1.1.1. General

Realizar un programa de capacitación para la elaboración de los jugos en los mercados municipales

1.1.2. Específicos

- Fundamentar teóricamente el tema de estudio en base a las teorías que relacionan a la problemática citada en la investigación
- Diagnosticar la situación actual de los mercados municipales en relación al tema
- Proponer el programa de capacitación para la elaboración de los jugos en los mercados municipales

2. MARCO DE REFERENCIA

2.1. Marco conceptual

2.1.1. Manipulación de alimentos

Manejo de una cosa con las manos: 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.

2.1.2. Salud alimentaria

La 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, 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 micro-organismos que contaminan los alimentos crudos tienen la misma importancia sanitaria, unos se denominan micro-organismos alterantes y los demás se denominan micro-organismos 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

2.1.3. 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"

Son determinantes de la calidad:

- color
- olor
- aroma
- sabor
- textura
- ausencia de contaminantes

2.1.4. 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.

2.2. Fundamentación teórica

Mediante una observación de campo insitu se observó la necesidad de una capacitación a todos quienes conforman parte de un mercado para mejorar las condiciones de la elaboración de los jugos, no tienen la higiene necesaria, puedan

brindar un adicional servicio de recomendar diferentes jugos y dar información de cada uno de ellos. El tema que se investigara a continuación nos ayudara a comprender y concientizar a las personas involucradas en este medio, ya que se pudo constatar que los espacios de donde se preparan estas bebidas son espacios reducidos, para mantener estos recursos alimentación deben tener su optima higiene hasta su consumo.

El programa de capacitación designado para elaboración de los jugos en los mercados municipales un grupo importante que son las personas encargadas de preparar estos jugos nutritivos; estos mismos deberán asimilar una cultura de la higiene en todos los ámbitos que se encuentren inmersos la seguridad alimentaria y así poder ofrecer productos aptos para el consumo humano.

2.2.1. Teorías de estudio

2.2.1.1. Teorías de la alimentación

El doctor Jean Seignalet.La Alimentación. Las patologías y la proliferación actual de otras se debe básicamente a cinco razones: la ingesta de leche y sus derivados, el consumo de cereales domésticos, la cocción de los alimentos, el refinado de los aceites y la contaminación y manipulación alimenticia con la consiguiente carencia de vitaminas y minerales. Que el "ensuciamiento de las células" es la principal causa de la mayoría de las enfermedades reumatológicas, neurológicas y autoinmunes en general, además de ser el origen de más del 65% de los cánceres, entre otras patologías. "Ensuciamiento" que provoca los daños en el ADN que lleva a las células a cancerizarse y que está causado principalmente por las macromoléculas bacterianas procedentes de la alimentación moderna, que traspasan las finas paredes del intestino delgado y terminan acumulándose en el organismo.²

Según los investigadores James y Peter D'Adamo, la buena o mala asimilación de los alimentos está condicionada por nuestro grupo sanguíneo,

²<http://www.islabahia.com/artritisreumatoide/0401lasteoriasdejeanseignalet.asp>

hasta el punto de que en cada grupo (A, B, AB y 0) hay alimentos que son perjudiciales, otros beneficiosos y otros neutros. Aseguran que muchas enfermedades pueden deberse al consumo de alimentos no adecuados para nuestro grupo sanguíneo, y que en ello está la razón de que muchas personas no consigan adelgazar cuando se ponen a dieta³.

Debate teórico y análisis

El tema para la elaboración de los jugos para el cual se ha tomado y asumido la teoría del **El doctor Jean Seignalet**. La Alimentación, la ingesta de leche y sus derivados, el consumo de cereales domésticos, la cocción de los alimentos, el refinado de los aceites y la contaminación y manipulación alimenticia con la consiguiente carencia de vitaminas y minerales.

Es la principal causa de la mayoría de las enfermedades reumatológicas, neurológicas y autoinmunes en general, además de ser el origen de más del 65% de los cánceres, las cuales están cerca de los puestos donde se elaboran los jugos los cuales están propicios para la contaminación las cuales traen consigo enfermedades.

2.2.1.2. Teoría de la capacitación

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 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

³<https://sites.google.com/site/figueraes/alimentacion/alimentacion-diferentes-opciones-y-sus-consecuencias/la-teoria-de-d-adamo-sobre-la-alimentacion-y-los-grupos-sanguineos>

al análisis de los contextos en que esas conductas fueron aprendidas para volver luego a la acción ensayando nuevas prácticas.⁴

Douglas McGregor (1906-1964) se inspiró en la teoría de la "**jerarquía de necesidades**" de Abraham Maslow para construir un enfoque sobre la motivación basado en dos supuestos contrarios sobre la naturaleza humana.

Según la **teoría X**, las personas son haraganas y necesitan la amenaza constante de la pérdida de su empleo para motivarse. Los individuos necesitan ser dirigidos y controlados pues son incapaces (y de hecho, no les interesa) adoptar nuevas responsabilidades. Un gerente adicto a la teoría X amenaza constantemente a sus empleados con el despido y otras presiones pues cree que sólo así serán eficientes.

Por el contrario, la **teoría Y** supone que los individuos se comprometen con su trabajo, son creativos y andan siempre a la búsqueda de nuevas responsabilidades y desafíos. Un gerente que cree en la teoría Y motiva a los empleados brindándoles aliento y la posibilidad de enfrentar cada vez mayores desafíos⁵.

Debate teórico y análisis

Se ha concluido que para la elaboración de los jugos asumido la teoría del **Schôn** nos recuerda una teoría elegida que verbalizamos y una en uso que es la que se infiere de observar nuestros actos. 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 por los participantes de los mercados municipales.

⁴<http://estudiantesdefsoc.com.ar/relaciones-de-trabajo/74-psicologia-del-trabajo/1194-apacitacion-y-teorias-de-aprendizaje.html>

⁵<http://capacitacionencostos.blogia.com/2007/040105-douglas-mcgregor-y-la-teoria-x-e-y.php>

2.2.2. Fundamentación teórica de los procesos

2.2.2.1. Conceptos De Capacitación

La capacitación es una herramienta fundamental para la Administración de Recursos Humanos, es un proceso planificado, sistemático y organizado que busca modificar, mejorar y ampliar los conocimientos, habilidades y actitudes del personal nuevo o actual, como consecuencia de su natural proceso de cambio, crecimiento y adaptación a nuevas circunstancias internas y externas. La capacitación mejora los niveles de desempeño y es considerada como un factor de competitividad en el mercado actual⁶.

Capacitación: es un conjunto de acciones dirigidas a preparar a una persona para ejecutar y desarrollar satisfactoriamente una tarea específica, dentro de la organización. El propósito de la capacitación es mejorar el rendimiento presente o futuro de un trabajador, dotándoles de mayores conocimientos para que pueda desarrollar o adquirir mejores destrezas o habilidades para desempeñar un cargo en la organización⁷.

Análisis

La capacitación nos sirve para motivar a las personas y tener más conocimientos de las cosas que son ignoradas, con la finalidad de mejorar continuamente en los procesos de comercialización en los mercados municipales.

2.2.2.2. Formación

El concepto de formación, Se trata de un proceso de formación cuya finalidad es un aprendizaje de mayor aplicabilidad y adecuación al puesto de trabajo, por lo que su método de trabajo recoge actividades de aplicación a fin de lograr la

⁶http://www.wikilearning.com/apuntes/capacitacion_y_desarrollo_del_personal-concepto_de_capacitacion/19921-2

⁷<http://psicologiaempresa.com/conceptos-de-capacitacion-entrenamiento-y-educacion.html>

constante interacción entre las demandas del propio trabajo y los contenidos informativos impartidos⁸.

El concepto de formación, desarrollado inicialmente en la ilustración, no es hoy día operacionalizable ni sustituible por habilidades y destrezas particulares ni por objetivos específicos de instrucción. Más bien los conocimientos, aprendizajes y habilidades son apenas medios para formarse como ser espiritual. La formación es lo que queda, es el fin perdurable; a diferencia de los demás seres de la naturaleza, "el hombre no es lo que debe ser", como dedica Hegel, y por eso la condición de la existencia humana temporal es formarse, integrarse, convertirse en un ser espiritual capaz de romper con lo inmediato y lo particular, y ascender a la universalidad a través del trabajo y de la reflexión filosófica, partiendo de las propias raíces⁹.

Análisis

La formación se llega a un análisis que la formación son los medios de aprendizaje adecuados que se consideran para que los participantes de la capacitación participen y aprendan en base a un proceso formativo que puede llevarse a cabo en los mercados municipales

2.2.2.3. Programas De Capacitación

Programas es un conjunto de metas, políticas, procedimientos, reglas, asignación de tareas, pasos a seguir, recursos para emplear y otros elementos necesarios, para llevar a cabo un recurso de acción dado, habitualmente se programan en presupuestos¹⁰.

⁸http://www.madrimasd.org/empleo/servicioestrategiaprofesional/manualorientacionprofesional/tema2_3.asp

⁹http://www.wikilearning.com/curso_gratis/formacion_de_los_formadores-que_es_la_formacion_sus_definiciones_y_conceptos/24381-2

¹⁰<http://www.wisis.ufg.edu.sv/www.wisis/documentos/TE/658.87-S211d/658.87-S211d-Capitulo%20II.pdf> pg.24

Los programas se deben presentar como una inversión, esto es: tratar de fijar su costo y los beneficios que habrán de producir, de preferencia, económicamente de terminados; fijar un tiempo mínimo para que produzcan resultados.

Todo programa ante todo, contar con una aprobación de una autoridad administrativa para aplicarse, y con su completo apoyo para lograr su pleno éxito¹¹.

Análisis

Programa de capacitación es la meta a la cual se quiere llegar en la capacitación a las persona que elaboran los jugos en los mercados municipales para el cual también se deberá contar con el presupuesto adecuado y con la persona adecuada la cual sepa motivar a los participantes.

2.2.2.4. Objetivos De La Capacitación

El propósito o finalidad de la capacitación es de llevar a un grupo de adultos, de una situación de partida (que corresponde al perfil de entrada de los participantes en cuanto a sus conocimientos teóricos, prácticos, habilidades, destrezas y actitudes iniciales), a una situación nueva al terminar el proceso, logrando así que los adultos alcancen un nivel más elevado de competencias. Por ello es necesario que al diseñar una acción de capacitación, **tengamos muy claro y exactamente definido el nivel de competencias** que vamos a proponer en esta capacitación y que tracemos el camino para alcanzar dicho nivel de competencias¹².

¹¹<http://www.wisis.ufg.edu.sv/wwwisis/documentos/TE/658.87-S211d/658.87-S211d-Capitulo%20II.pdf>

¹²<http://www.atinachile.cl/content/view/32870/Definicion-de-Objetivos-de-Aprendizaje-en-capacitacion-de-adultos.html> pg.1

Se hace vital el que para lograr dicho objetivo u objetivos se diseñe un plan a seguir que se compondrá de varios pilares fundamentales para desarrollarse y ser efectivo: el estratégico, el táctico, el operativo y el normativo¹³

- Planificar, diseñar, desarrollar e implementar talleres y cursos.
- Definir los principios de la metodología participativa.
- Manejar el grupo de participantes.
- Dirigir el proceso de enseñanza - aprendizaje en el aula.
- Desarrollar habilidades de comunicación, de escucha y de relaciones interpersonales.
- Ser líder democrático.
- Ser organizado, puntual.
- Ser coherente entre lo que dice y hace, etc¹⁴.

Análisis

El objetivo del capacitador debe ser una persona preparada que sepa llegar a motivar a las personas de los mercados municipales, él debe ser un líder para transmitir la información necesaria, así como llegar a nivel de competencia en la elaboración de los jugos.

2.2.2.5. Manejo De Contenidos

Repasar las sesiones de la clase anterior preparará la etapa para un nuevo aprendizaje. Es una buena medida de responsabilidad pero no deben ser aburridas ni repetitivas. Para que estas sesiones sean interesantes, los profesores deben considerar el tipo de material que se va a aprender y adaptar la sesión de repaso a ese material. Por ejemplo, el recitar información objetiva podría darse

¹³<http://definicion.de/objetivo/> pg1

¹⁴<http://www.atinachile.cl/content/view/32870/Definicion-de-Objetivos-de-Aprendizaje-en-capacitacion-de-adultos.html>

bajo la forma de juegos mientras que los trabajos grupales y reportes breves harían uso de la pizarra.¹⁵

Debe ser considerado como una herramienta técnica que hace el manejo le sea más fácil y eficiente, a fin de asegurar el adelanto y desarrollo lógico.

Plan de manejo:

- Describir los parámetros físicos, social y cultural
- Define programas de manejo y programas de apoyo que detallen las actividades y normas
- Cronograma de actividades que se llevaran a cabo.¹⁶

Análisis

El manejo de contenido hace que el capacitador tome unas medidas de aprendizaje no sean aburridas, una aula adecuada, las clases sean divertidas para los participantes que asistirán a la capacitación ya que hay que tomar en cuenta que serán personas que algunos tienen solo terminada la primaria y otros la secundaria.

2.2.2.6. Competencias De La Capacitación

Las competencias, al igual que los Valores no son entidades predeterminadas, sino que se asocian a un contexto puntual de trabajo. Las competencias pueden ser Generales, Específicas o Técnicas. Las primeras son, como su nombre lo indica, de carácter más universal y ligadas al comportamiento más superficial del individuo, quedando excluidas sus habilidades más específicas ligadas a una actividad particular. Podríamos decir que estas competencias, de algún modo,

¹⁵http://www.intime.uni.edu/model/Spanish_Model/teacher/content.html pg.1

¹⁶<http://jblancetilla.org/Plan%20de%20Manejo%20pdf.pdf> pg.6

pueden considerarse comunes para las conductas de los distintos estamentos de una organización¹⁷

Las competencias son aquellos conocimientos, habilidades prácticas y actitudes que se requieren para ejercer en propiedad un oficio o una actividad laboral.

Competencias metodológicas corresponden a los niveles precisos de conocimientos y de información requeridos para desarrollar una o más tareas.

Competencias técnicas se refieren a las aplicaciones prácticas precisas para ejecutar una o más tareas.

Competencias sociales responden a la integración fluida y positiva del individuo a grupos de trabajo y a su respuesta al desafío social que ello implica, aunque siempre vivenciadas desde la perspectiva laboral.

Finalmente las **competencias individuales** tienen relación con aspectos como la responsabilidad, la puntualidad, la honradez, etc.

La integración de estas 4 competencias relacionadas con un oficio o actividad laboral corresponde al Perfil Ocupacional¹⁸

Análisis

La competencia son los conocimientos que pueda transmitir el facilitador a las personas que preparan los jugos en los mercados municipales, al comportamiento más superficial del individuo, la responsabilidad, puntualidad, la honradez, los cuales los demostrara en su actividad laboral

¹⁷<http://www.rrppnet.com.ar/competencias.htm>

¹⁸<http://rechum.sec-sonora.gob.mx/pica/capacitacion/modules/smartsection/category.php?categoryid=6>

2.2.2.7. Metodologías De Capacitación

La metodología, en general, es la ciencia que nos enseña a dirigir determinado proceso de manera eficiente y eficaz para alcanzar los resultados deseados y tiene como objetivo la optimización de dicho proceso. La metodología es normativa (valora), pero también es descriptiva (expone) o comparativa (analiza)¹⁹. 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 costo²⁰.

Metodología para Grupos Cerrados y organizaciones que buscan diseñar a la medida sus contenidos temáticos, en base a los programas de formación, empleamos la siguiente metodología.



Destino y Alcance de los Programas de Capacitación:

Para cada curso - taller se maneja un destino, objetivo y contenido temático muy particular y específico, sin embargo, nuestros programas están destinados a todos aquellos profesionales y público en general que desee mejorar de manera significativa sus conocimientos y habilidades en temas relacionados con la calidad y la mejora continua, en el plano laboral, profesional y personal.²¹

¹⁹<http://www.eumed.net/rev/turydes/07/fpl.htm> pg. 1

²⁰<http://aceproject.org/ace-es/topics/vo/voe/voe04/voe04b>

²¹<http://www.gensolmex.com/gensolmetodologiadecapacitacion.html>

Análisis

La metodología dese ser tomada en cuenta que las personas de los mercados municipales tiene cada persona una cultural distinta, el tiempo de cada uno de ellos y con los recursos económicos que el capacitador va a disponer.

2.2.2.8. Técnicas De Capacitación

Son guías que describen factores, dominios y elementos que permiten determinar objetivamente el desempeño de los colaboradores en un área específica del trabajo.

Nos dan referencia para determinar los conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes que posee el personal, con el fin de detectar sus necesidades de acuerdo a los requerimientos específicos de cada uno de sus puestos y atenderlos a la brevedad posible con la mayor certidumbre²².

Existe una amplia variedad de métodos o técnicas para capacitar:

- 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.
- Esta técnica es casi una necesidad en los puestos donde resulta demasiado costoso o peligros capacitar a los empleados directamente en el puesto²³.

²²<http://saskiacamacho.jimdo.com/3-t%C3%A9cnicas-e-instrumentos-de-detecci%C3%B3n-de-necesidades-de-capacitaci%C3%B3n/definici%C3%B3n-de-t%C3%A9cnicas-e-instrumentos-de-detecci%C3%B3n-de-necesidades-de-capacitaci%C3%B3n/pg1>

²³<http://psicologiayempresa.com/tecnicas-de-capacitacion-y-entrenamiento.html>

Las técnicas forman parte de la didáctica. En este estudio se conciben como el conjunto de actividades que el maestro estructura para que el alumno construya el conocimiento, lo transforme, lo problematice, y lo evalúe; además de participar junto con el alumno en la recuperación de su propio proceso. De este modo las técnicas didácticas ocupan un lugar medular en el proceso de enseñanza aprendizaje, son las actividades que el docente planea y realiza para facilitar la construcción del conocimiento²⁴.

Análisis

La técnica es la forma de transmitir la información a los participantes de los mercados municipales, que las preferencias de las personas para que les llegue la información clara y precisa, la preferencia del capacitador puede ser la técnicas de conferencias, proyecciones audio visuales, etc., son las actividades en general que facilitara el capacitador.

2.2.2.9. Estratégias De Capacitación

Esta estrategia es coordinada y tiene la finalidad de ofrecer a los educadores la oportunidad de estudiar juntos documentos curriculares, cuestionarlos, enriquecerlos, adecuarlos a la realidad y formular sugerencias al diseño curricular. Identifica necesidades y áreas de capacitación continua y desarrollo profesional; constituye un espacio para el estudio, reflexión, y socialización de las experiencias derivadas de las prácticas pedagógicas de aulas, y la puesta al día en las teorías científicas, pedagógicas y administrativa. Propicia el desarrollo de actividades de desarrollo para el personal, los estudiantes.²⁵

Una estrategia resulta siempre de la correlación y de la conjunción de tres componentes, el primero, y más importante, es proporcionado por las finalidades que caracterizan al tipo de persona, de sociedad y de cultura, que una institución educativa se esfuerza por cumplir y alcanzar.

²⁴<http://www.monografias.com/trabajos16/tecnicas-didacticas/tecnicas-didacticas.shtml> pg.1

²⁵www.educando.edu.do/sitios/media/res/.../estrategiadecapacitacin1.doc

El segundo componente procede de la manera en que percibimos la estructura lógica de las diversas materias y sus contenidos. Se considera que los conocimientos que se deben adquirir de cada una presentan dificultades variables. Los cursos, contenidos y conocimientos que conforman el proceso educativo tienen influencia en la definición de la estrategia.

El tercero es la concepción que se tiene del alumno y de su actitud con respecto al trabajo escolar. En la definición de una estrategia es fundamental tener clara la disposición de los alumnos al aprendizaje, su edad y por tanto, sus posibilidades de orden cognitivo.²⁶

Análisis

La estrategia nos lleva a identificar al tipo de persona, la sociedad y su cultura, a la que se va a capacitar ya que serán personas del mercado municipal, la cual se tomara en cuenta la dificultad del contenido que se les ande transmitir y el conocimiento que el capacitado adquiera.

2.2.2.10. Monitoreo

El monitoreo es una forma de evaluación o apreciación, aunque a diferencia de la evaluación de resultado o impacto, tiene lugar poco después que comenzó una intervención (evaluación formativa), en el curso de la intervención (evaluación del proceso) o a mitad de camino en la intervención (evaluación de mitad de período).

El monitoreo permite que los programas determinen qué está funcionando y qué no, así se pueden hacer ajustes a lo largo del camino. Permite que los programas evalúen qué está pasando realmente, versus lo que se planificó.

El monitoreo permite a los programas hacer lo siguiente:

²⁶<http://www.uctemuco.cl/cedid/archivos/apoyo/Capacitacion%20en%20estrategias%20y%20tecnicas%20didacticas.pdf> pg.4

- Implementar medidas correctivas para poner a los programas nuevamente en curso y que sean responsables de los resultados que se espera que el programa logre.
- Determinar cómo deberían ser distribuidos los fondos en todas las actividades programáticas.
- Recolectar información que puede usarse en el proceso de evaluación.
- Cuando las actividades de monitoreo no las llevan a cabo directamente los tomadores de decisiones del programa, es crucial que los hallazgos de las actividades monitoreadas se coordinen y se los retroalimente.²⁷

Monitoreo es el seguimiento rutinario de programas usando los datos de los insumos, los procesos y los resultados obtenidos. Se utiliza para evaluar si las actividades programáticas se están llevando o no a cabo en el tiempo y forma establecidos. Las actividades de monitoreo revelan el grado de progreso del programa hacia las metas identificadas.

La Evaluación de los Procesos se utiliza para medir la calidad e integridad de la implementación del programa y evaluar su cobertura. También puede medir el grado al que la población objetivo utiliza los servicios. Los resultados de la evaluación de los procesos están dirigidos a informar correcciones a medio plazo para mejorar la eficacia de los programas²⁸.

Análisis

El monitoreo es el mediante vamos a dar el seguimiento a los participantes de la capacitación en los mercados municipales para verificar si están captando lo que se les tramite o para modificar la forma de aprendizaje

²⁷<http://www.endvawnow.org/es/articles/340-tipos-de-evaluacion-monitoreo-resultado-e-impacto.html>

²⁸http://www.redbioquimicasf.com.ar/bibliografia/bacterio/curso_tbc/curso_tbc_4_lectura_2.pdf pg.1

2.2.2.11. Evaluación

La evaluación es una etapa del proceso educacional, que tiene por finalidad comprobar, de modo sistemático en qué medida se han logrado los resultados previstos en los objetivos que se hubieran especificado con antelación.

Es una de la etapas más importantes, que debe ser continua y constante, porque no basta un control solamente al final de la labor docente, si no antes, durante y después del proceso educativo, y a que esto no va a permitir conocer el material humano que estamos conduciendo, así como también nos podemos percatar de los aciertos y errores que estamos produciendo en el desarrollo del que hacer educativo.²⁹

Una evaluación también puede entenderse como un **examen** propuesto en el ámbito escolar para que el docente califique los **conocimientos**, las **aptitudes** y el **rendimiento** de sus alumnos.

A nivel sistemático la evaluación educativa tiene como finalidad conocer de forma sistemática cuáles son los logros conseguidos en el período lectivo, dichos objetivos responden a cambios duraderos en la conducta o los conocimientos de los sujetos.

Existen **diversos enfoques** para realizar una evaluación, cada uno de ellos posee un objetivo que desea analizarse y a él responde para su realización.³⁰

Análisis

La evaluación se realizara para verificar que las personas de los mercados municipales hayan captado los conocimientos de como manipular de mejor

²⁹<http://www.monografias.com/trabajos82/la-evaluacion-educativa/la-evaluacion-educativa.shtml>

pg.1

³⁰<http://definicion.de/evaluacion/> pg.1

manera las mercaderías e insumos que luego serán comercializados para la alimentación de la sociedad.

2.2.2.12. Comunicación Estratégica

La estrategia de comunicación es el conjunto de decisiones y prioridades basadas en el análisis y el diagnóstico que definen tanto la tarea como el modo de cumplirla por parte de las herramientas de comunicación disponibles. La estrategia de comunicación es a la vez una decisión, una intención y una estratagema. Prioriza objetivos y valora la información disponible tanto sobre el contenido o entidad objeto de comunicación, como sobre los sujetos receptores de esa comunicación, así como establece decisiones tanto en materia de contenidos como en la utilización de canales o herramientas de comunicación. La estrategia es un análisis, una ambición o intención y una decisión³¹

La comunicación es definida como un proceso mediante el cual una fuente o emisor envía un mensaje utilizando símbolos y señales contextuales para expresar significados acordes al contexto social y personal. En relación con esta concepción las participantes mostraron un dominio de los componentes de la misma, así como los factores que interfieren en la comunicación de sentimientos, pensamientos, ideas y emociones durante la evaluación inicial (EI) y la evaluación final (EF). Al respecto una de las participantes mencionó:

“La comunicación es un proceso donde intervienen un receptor, un mensaje y una persona que da el mensaje influenciado por el medio, idioma, costumbres, entre otras”³²

Análisis

La comunicación son los herramientas para transmitir los conocimientos a las personas de una forma sencilla pero con eficiencia para elaborar los jugos de

³¹<http://conceptos-estrategicos-clave.blogspot.com/2006/11/estrategia-de-comunicacin.html> pg.1

³²<http://www.latindex.ucr.ac.cr/enf21/enf-21-02.pdf> pg.7

estos alimentos a los mercados municipales capten la información correcta y la pongan en práctica.

2.2.2.13. Comunicación Gastronómica

La alimentación, que inicialmente sólo era una relación entre el hombre y la naturaleza, se convierte dentro de la sociedad en una forma de la cultura, en una relación entre seres humanos, en una forma de comunicación intracultural, que fortalece los vínculos de identidad entre sus miembros.

Es a partir de este momento, que el alimento se convierte en signo y sintagma de un lenguaje específico.

La comunicación gastronómica implica un lenguaje total y directo que supera el simple y cotidiano mensaje audiovisual de los medios, porque implica además la incorporación de signos olfativos, táctiles y gustativos, y la construcción de sintagmas nutricionales cada vez más complejos, a la vez que el ámbito contextual se modifica y enriquece tanto en el proceso de codificación del potaje-mensaje por el cocinero-emisor (productos elegidos, tratamiento ritual, instrumentos usados, lugar, vajilla, etc) como en el proceso de decodificación del comensal-receptor (lugar, muebles, manteles, vajilla, cubiertos, ritual de ingestión, etc)³³

La gastronomía, entendida como realidad física y visual que forma parte de nuestras vidas ha sido tratada por variadas disciplinas, entre las cuales destacan: la geografía, la ecología, las ciencias del medio ambiente, la medicina, la biología, la psicología, etc. Es decir, por un conjunto de ciencias naturales y ciencias sociales. Comunicativa de la gastronomía y su influencia en el turismo, vehiculándolo desde el punto de vista de las aportaciones interaccionistas de la comunicación.

³³http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/escri_pensam/2002_n11/introduccion_semiologia.htm pg.1

Se han dado diversas definiciones de la gastronomía, relacionando algunas de ellas a continuación:

- El estudio de la relación entre cultura y alimento.
- El arte de cocinar, o la técnica de preparar una buena comida.
- La afición a comer bien.
- Componente cultural tomando como eje central la comida.
- Etimológicamente, la palabra "gastronomía" deriva del griego "gaster" o "gastos" que quiere decir estómago y "gnomos", conocimiento o ley.
- La gastronomía es un elemento cultural capaz de transmitir una imagen simbólica del lugar a visitar. Por este motivo, ha sido utilizada y se continúa utilizando como uno de los elementos de comunicación turística de un destino³⁴.

Análisis

La comunicación gastronómica es la relación entre culturas, con la capacidad de transmitir sensaciones únicas placenteras a la hora de la preparación de una comida, en la formas de la presentación, en el lugar que se comas y al momento de ingerir el alimento es una comunicación de que toma en cuenta todos los sentidos para lograr la satisfacción del comensal

2.2.2.14. Información Gastronómica

Lugar Gastronómico refiere a aquel tipo de establecimiento comercial, tales como restaurante, cocinería, picada, fuente de soda, panadería, pastelería y otro tipo de local de comida, que se dedica al cultivo de una culinaria o gastronomía que, por sus características, goza de un alto reconocimiento de parte de la comunidad del lugar, ya sea por la exclusividad y singularidad de lo que prepara o procesa, así como por constituir una expresión propiamente distintiva de la usanza local de producir, preparar y comer, aunque ello nos sea una expresión exclusiva. Más allá de su categoría, estos lugares que se distinguen por un tipo de convocatoria que tiende a difundirse más bien por la propagación oral, más que

³⁴http://www.gestionrestaurantes.com/llegir_article.php?article=238 pg.1

por la publicidad multimedia, siendo el "dato" o la información persona a persona la mejor forma de propagación de los valores que estos lugares representan.³⁵

La información gastronómica a las recetas de **cocina**, se puede decir que son aquellas que explican qué **ingredientes** incluye una comida y la forma en que ésta debe ser preparada.

Las recetas de cocina suelen reunirse en **libros** y, en la actualidad, en páginas de Internet. También es común que se transmitan de generación en generación a nivel familiar.

Por último, cabe destacar que se le dice receta al **procedimiento** que, a nivel general, posibilita que una persona consiga algo.³⁶

Análisis

La información de la gastronomía se puede dar de persona a persona, por libros, internet, transmitir de generación en generación, publicidad entre otros, pero es recomendable que se tenga la información correcta conociendo uno mismo a los lugares, y si ellos nos explican cómo hacer una receta o recomendar nos ellos la especialidad de la casa.

2.2.2.15. Perfiles De Los Capacitadores

El capacitador es la persona responsable de diseñar e implementar el proceso de capacitación, que incluye diferentes talleres y actividades de acompañamiento. El capacitador involucra en sus actividades de capacitación a diferentes actores, incluyendo:

- ◆ Ser facilitador(a) de procesos participativos.
- ◆ Conocer los contenidos y manejo de técnicas participativas.

³⁵<http://sigpa.portalpatrimonio.cl/sigpa/lugares/>

³⁶<http://definicion.de/receta/>

- ◆ Respetar la idiosincrasia de la población.
- ◆ Ser motivador(a) dinámico(a) y saber escuchar.
- ◆ Ser responsable y comprometido con su trabajo.
- ◆ Ser facilitador/a de la equidad de género, es decir brindar igualdad de oportunidades de participación³⁷

Perfil del capacitador ejecutiva, la discusión de la nueva pedagogía nos tiene muy ocupados, inquietos por momentos aunque fascinados la mayor parte del tiempo.

Comprendemos la complejidad de la tarea que enfrentamos, aún sin conocer a ciencia cierta cómo se resuelve esta encrucijada ni cuál es el modelo que complementa o sustituye al actual.

La tarea del capacitador ejecutivo es habilitar o guiar la adecuada actuación directiva. El docente es un habilitador para la acción.

Su tarea consiste en transmitir, conectar y enlazar, en forma continua, elementos del pasado y del entorno circundante con aspecto especialmente útiles para un futuro desconocido aunque imaginado y proyectado.³⁸

Análisis

Los perfiles del capacitador es una persona responsable, que sepa del tema a tratar, una persona que llegue alas personas, sea líder del grupo o amigo para guiar y trasmitir, así las personas se desenvuelvan solas, participen y puedan poner en práctica sus conocimientos adquiridos en la capacitación que se darán en los mercados municipales.

³⁷<http://www.bvsde.paho.org/cursodesastres/diplomado/pdf/microcuencia.pdf> pg.2

³⁸<http://www.materiabiz.com/mbz/2020/nota.vsp?nid=47003> pg.1

2.2.2.16. Logística

La logística es "el proceso de administrar estratégicamente el flujo y almacenamiento eficiente de las materias primas, de las existencias en proceso y de los bienes terminados del punto de origen al de consumo"³⁹

La Logística contribuye directamente al logro de altos niveles de servicio al cliente y bajos costos. Estos resultados se pueden alcanzar desarrollando un modelo de referencia que da una idea clara de cómo se debe proceder y qué se debe considerar para lograr estos resultados. El modelo de referencia constituye el objetivo a alcanzar y sirve de patrón para que ellas diagnostiquen dónde están sus principales debilidades y fortalezas y dónde están las principales oportunidades y barreras que ofrece el entorno, para luego desarrollar y poner en marcha un plan estratégico de desarrollo logístico en coordinación con la estrategia.⁴⁰

Análisis

Con la logística se quiere brindar un buen servicio al cliente que llegan a servirse un jugo con algo acompañado así brindar una buena manipulación y una correcta organización de la elaboración de los jugos en los mercados municipales.

2.3 Hipótesis

2.3.1 General

Si es que se tendría la información necesaria se podría elaborar el programa de capacitación para la elaboración de los jugos en los mercados municipales

³⁹<http://www.promonegocios.net/distribucion/definicion-logistica.html>

⁴⁰<http://jaibana.udea.edu.co/grupos/logistica/Modelo%20de%20Referencia.htm> pg.1

2.3.2 Específicos

- a. Si es que se integraría una base de fundamentación teórica sólida se obtendría un marco de referencia necesaria para el tema de estudio.
- b. Si es que se realizaría un estudio profundo de la elaboración de los jugos en los mercados municipales se tendría una definición actual de la problemática
- c. Si es que se presentaría el programa de capacitación como se realizaría la correcta manipulación en la elaboración de los jugos en los mercados municipales se conseguiría la mejoraría esta situación.

3 ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

3.1 Unidad de Análisis

3.1.1.1 Estudio de Campo del mercado del Arenal

Los cuarenta mil ciudadanos, que semanalmente acudimos, “canasta en mano”, los días sábados, a la Feria Libre del Arenal, para aprovisionarnos de productos de consumo básico tales como: hortalizas, frutas, tubérculos y granos, los cuales se adquieren frescos y a menores precios, dentro de la gran variedad ofertada por los miles de productores y comerciantes procedentes de las cuatro regiones del país e inclusive de Colombia, Perú y Chile.

El Mercado de “El Arenal” fue concebido dentro del Plan de Desarrollo de Cuenca en la década de 1980 como un “Mercado Mayorista”, cuya función primordial era la de facilitar la venta directa del producto, eliminando las cadenas de comercialización y agilitando el flujo continuo desde las zonas de producción hasta los centros de comercialización.

Sin embargo El Arenal soporta en los últimos años un crecimiento acelerado y anárquico debido a las múltiples actividades que se desarrollan en este sector de la ciudad, que lo han convertido en uno de los lugares más comerciales, pero también con mayores problemas urbanos tales como: congestionamiento vehicular, inseguridad, contaminación ambiental y paisajística, desorden e insalubridad.

Particularmente en estos dos últimos años de la presente Administración Municipal, los problemas en el Mercado Mayorista pasaron de críticos a peligrosamente ineficaces, por el deterioro de la infraestructura existente: pisos desgastados, drenajes sanitarios y pluviales obstruidos, baterías higiénicas en deplorable estado, sumado a esto la deficiente recolección y limpieza de la basura, desorden generalizado, incremento de la inseguridad, anarquía en el tránsito de las calles y avenidas adyacentes, que tienen como origen la evidente negligencia por parte de los Administradores del Mercado y el cierre de la salida vehicular hacia la Av. De las Américas por la presencia del Terminal de Integración sin haberse planificado una vía alterna.

Los medios de comunicación locales, incluido el Diario El Mercurio, los comerciantes mayoristas y minoristas, denuncian reiteradamente la crisis en este equipamiento por la evidente inseguridad, el desorden y la suciedad, pero no tienen ninguna respuesta, iniciativa válida o acción concreta por parte del Alcalde de la ciudad Dr. Paúl Granda o de los Concejales de mayoría que tienen poder de decisión, pero que demuestran indiferencia y están de espaldas a esta necesidad apremiante de sus conciudadanos.

Los cuarenta mil usuarios del Mercado no solicitamos la construcción de un nuevo mercado, como si lo han hecho las administraciones pasadas al renovar los mercados: Diez de Agosto, 3 de Noviembre y 9 de octubre, lo único que piden al Burgomaestre es que el aprovisionamiento esencial de los víveres, de los

alimentos básicos para la dieta alimenticia, pueda realizarse de manera digna, en condiciones apropiadas de higiene, orden y cuidando la salud pública⁴¹.

ZONA ADMINISTRATIVA

UNIDADES	LOCALES
Gerencia	Gerencia Secretaria Asistente Gerencia
Departamento Administrativo y de Servicios	Espera Contabilidad Tesorería Movilización de productos
Operaciones y Mantenimiento	Caseta de Control Mantenimiento Equipos mecánicos Laboratorio Espera Seguridad policial Talleres de herrería y carpintería.

FUENTE: Mercados ELABORACION: Consulplan

El cuadro que nos representa la zona administrativa no cuenta todavía con lo siguiente; mantenimiento, equipos mecánicos, laboratorios, talleres de herrería y carpintería.

⁴¹ GONZALO CLAVIJO CAMPOS (2011). Mercado arenal en el abandono; <http://www.elmercurio.com.ec/283284-mercado-arenal-en-el-abandono.html>

ZONA MERCADEO

ZONA	LOCALES
Mercadeo	Productos perecibles . hortalizas . cebollas, ajos . frutas . flores Carga y descarga Productos no perecibles . Tubérculos . granos . huevos Carga y descarga
Bodegas	Productos perecibles . hortalizas . cebollas, ajos . frutas . flores Carga y descarga Productos no perecibles . Tubérculos . granos . huevos Carga y descarga
Acondicionamiento movilización de productos	y Área de plataformas (comercialización desde camiones) Vías de circulación interna SS.HH. Recolección de basuras

FUENTE: Mercados

ELABORACION: Consulplan⁴²

El cuadro de zona de mercadeo no cuenta con la planta de fabricación de cajones.

⁴²Plan de desarrollo urbano del área metropolitana de la ciudad de Cuenca Ilustre Municipio; informe volumen XVII diagnostico mercados, págs. 33,34

Entrevista

Se entrevistó a una Señora que elabora jugos el día 15 de diciembre del año 2012 en el mercado el arenal la cual dijo que le reserven el nombre la cual nos relató desde que ella elabora los jugos el municipio no distribuyo bien donde se elaboran los jugos por lo que a lado queda los puestos de las carnes, que a beses esos olores que llegan son desagradables para uno y con más razón para sus clientes, pero ellos elaboran una gran variedad de jugos cuando uno está débil, se toma un batido que tiene el costo de 10 dólares, en adelante dependiendo lo que lleve como; malta, huevo de avestruz, malta negra, entre otros ingredientes, jugo es de naranja con alfalfa, batidos de todas las frutas de temporadas, otro de los precios es de jugo con tostada mixta a 1 dólar, pero con la fruta que nos resta no sabemos que hacer se desperdicia, y el jugo que no se vende se vota, y fuera muy bueno para nosotros tener un curso de estos, los administradores son corruptos nos dicen que ya van a hacer conocer nuestros problemas pero nunca tenemos respuesta; también se han puestos nuevos puestos de jugos pero esta esta malo que no tiene salubridad, por lo que se pega el polvo, y no colocan legos los desperdicios.

3.2 Población y muestra

La importancia de los mercados en el Ecuador se puede encontrar muchos mercados tradicionales, donde venden productos hechos a mano, alimentos y ganado. Culturalmente, los mercados en el Ecuador son importantes, porque proporcionan un espacio para artesanos y agricultores locales, especialmente en las ciudades más agrícolas, para lo cual se ha tomado como muestra la cabecera cantonal de la ciudad de Cuenca que está comprendida por 6 mercados más importantes de la ciudad que son: mercado el arenal, mercado tres de noviembre, mercado 10 de agosto, mercado 9 de octubre, mercado 27 de febrero, mercado 12 de abril. Para lo cual sea tomado como referencia el mercado el arenal por ser un mercado mayorista, ya que llegan de todas las provincias y alrededores de la Ciudad de Cuenca para la cual se aplicado la siguiente fórmula para el sondeo.

En la presente investigación del programa de capacitación para la elaboración de jugos en los mercados municipales se tomó como referencia al mercado del Arenal, el cual consta de 10 puestos dedicados a esta actividad.

Con el fin de proporcionar información estadística confiable nos hemos visto en la necesidad de aplicar un método relevante para la selección del tamaño o la muestra de mercado, según el libro “Estadística de Turismo-ALFREDO ASCANIO GUEVARA”

Para estimar el tamaño de la muestra se toma un nivel de confianza del 95.5% (con 2 sigmas) y con un error del 5%

$$n = (\sigma)^2 \times p \times q \times N / (\text{error})^2 (N-1) + (\sigma)^2 \times p \times q$$

$$n = 2^2 \times 50 \times 50 \times 10 / 5^2 (10-1) + 2^2 \times 50 \times 50$$

$$n = 100.000 / 10.225$$

$$n = 9.77995 \approx 10$$

NOTA: como el total o todo el universo es muy pequeño se dan estos resultados y es por eso que se debe hacer las encuestas a todos quienes conforman este mercado.

3.3 Tipo y métodos de investigación

3.3.1 Tipos de investigación

La investigación general de los mercados municipales tomados encuesta son:

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 campos de acción donde ocurren los hechos o fenómenos, y el investigador tiene que adaptarse a las condiciones naturales de ese objeto.

Exploratoria: Es 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. Suelen surgir también cuando aparece un nuevo fenómeno, que precisamente por su novedad, 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: este es el tipo de investigación que más profundiza nuestro conocimiento de la realidad, porque nos explica la razón, el porqué de las cosas, y es por lo tanto más complejo y delicado pues el riesgo de cometer errores aumenta considerablemente.

3.3.2 Método

Analítico: consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular.

Sintético: consiste en un análisis que hace posible la comprensión de un hecho, fenómeno, caso, idea.

3.4 Técnicas e Instrumentos

Entrevista: es la acción de desarrollar una charla con una o más personas con el objetivo de hablar sobre ciertos temas y con un fin determinado⁴³(Ver anexo#2)

Observación de campo: es el recurso principal de la observación descriptiva; se realiza en los lugares donde ocurren los hechos o fenómenos investigados⁴⁴

3.5 Organización de análisis de los datos

Análisis interno

De acuerdo a las entrevistas realizadas se ha llegado a tabular las siguientes entrevistas realizadas en el mercado del Arenal.

⁴³<http://definicion.de/entrevista/#ixzz2CvtvCtGu>

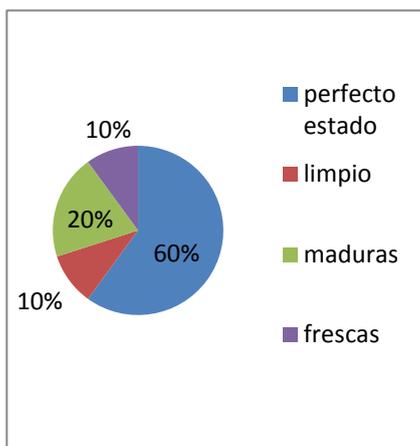
⁴⁴ <http://www.rrppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm>

Entrevista

¿Cómo realiza usted la selección de la fruta?

Grafico #1

SELECCION DE LA FRUTA



SELECCION DE LA FRUTA	
perfecto estado	6
Limpio	1
maduras	2
Frescas	1

Realizado: Lorena Vizhco

Fuente: investigación de campo

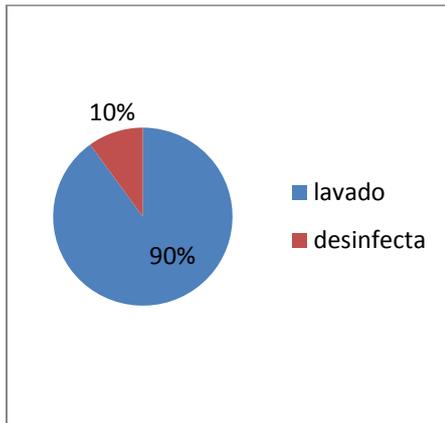
Análisis

De acuerdo de al grafico#1 realizado a las personas que elaboran los jugos 60%de las señoras ven que la fruta este en un perfecto estado, el 10% selecciona que la fruta este limpia, el 20% las compra bien maduras, el 10% ven que sean frescas y no fruta guardada.

¿Qué medidas utiliza para la manipulación de la fruta o verduras que utiliza para la elaboración de los jugos?

Grafico# 2

MANIPULACION DE FRUTAS/VERDURAS



MANIPULACION DE FRUTAS/VERDURAS	
Lavado	9
desinfecta	1

Realizado: Lorena Vizhco

Fuente: investigación de campo

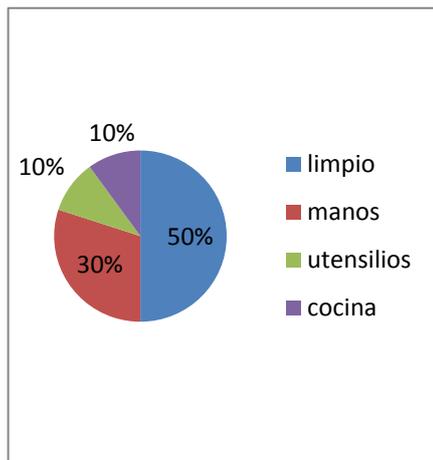
Análisis

De acuerdo a las encuestas realizadas en el Mercado el Arenal el 90% solo las lava y no las desinfectan lo cual es lo correcto para que no seden las enfermedades, la cual solo el 10% la desinfectan.

¿Qué normas de higiene (personal) considera en el momento de elaborar los jugos?

Grafico# 3

HIGIENE PESONAL



HIGIENE PESONAL	
limpio	5
manos	3
utensilios	1
cocina	1

Realizado: Lorena Vizhco

Fuente: investigación de campo

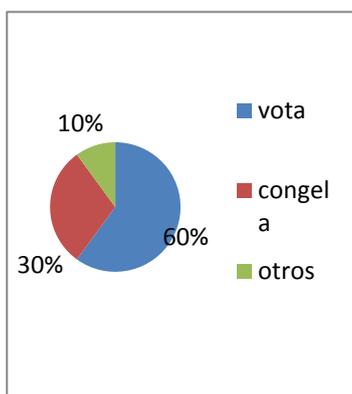
Análisis

De acuerdo al pastel el 50% está limpia la persona, el 30% solo lava sus manos, el 10% sus utensilios, la cocina o aria de trabajo la cual la mayoría de las personas cuida su higiene personal.

¿Qué hace con la fruta que le sobra?

Grafico# 4

SOBRANTES



SOBRANTES	
vota	6
congela	3
otros	1

Realizado: Lorena Vizhco

Fuente: investigación de campo

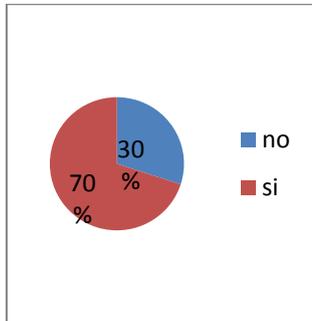
Análisis

De acuerdo al gráfico representativo se llegó a determinar que el 60% vota los restos de fruta por lo que no tienen el conocimiento adecuado que hacer con este sobrantes de frutas, el 30% las congela, el 10% otros.

¿Considera que es importante la capacitación para usted en la función de la elaboración de los jugos?

Grafico# 5

IMPORTANCIA CAPACITACION



IMPORTANCIA CAPACITACION	
no	3
si	7

Realizado: Lorena Vizhco

Fuente: investigación de campo

Análisis

En grafico # 5 el 70% de las personas están dispuestas para la capacitación, y el 30% no quieren la capacitación por el motivo que piensa que solo para hacer jugos no es necesario.

3.6 Organización y análisis de los datos

Análisis FODA

Fortaleza	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Buena Infra estructura del mercado	El municipio es el encargado de dar el mantenimiento adecuado	Limitado conocimiento de la manipulación de los alimentos	Capacitación a los comerciantes pero sin monitorean para verificar si están poniendo en práctico lo aprendido
Tienen una área específica solo de jugos	El municipio busca lo mejor para ellos en relación a los servicios y estructuras necesarias para los puestos de jugos.	Que está mal ubicada porque está cerca de los puestos de carnes	El municipio no da el adecuado aseo de los callejones de tránsito, el baldeo de estas plataformas es cada 15 días, siendo un tiempo no propicio para esa necesidad.
Cuentan con un espacio adecuado para la elaboración de los jugos	Están pendientes la administración para hacer caso a sus observaciones	Unos puestos están mal ubicados, ya que están dispersos.	Que el administrador no es formal con su proceder.

Realizado: Lorena Vizhco

Fuente: investigación de campo

3.6.1 Conclusión de la matriz del FODA

Se ha llegado a la conclusión que al frente de los mercados está a cargo el municipio de la ciudad de Cuenca por lo que ellos realizan su administración, en cada mercado tiene sus encardados, como es grande la ciudad no se preocupan

de verificar como están funcionando los mercados, si cumplen con los requisitos de cada artículo antes mencionado, para verificar si hay o no hay corrupción, la falta de conocimiento de las personas que elaboran los jugos tiene un gran desperdicio de la frutas, pudieran dar un buen uso los sobrantes de frutas para que no tengan perdidas en sus negocios, tal vez la reubicación de los puestos lo cual están mal ubicados por el mal olor que da la carne, la capacitación de todo el personal que elaboran los jugos para el mejor beneficio de ellos.

4 RESULTADOS

4.1 Identificar la filosofía de los mercados municipales:

4.1.1 Misión.

Garantizar el expendio y abastecimiento de productos de primera necesidad y procurar la buena calidad de los mismos, un ambiente higiénico y agradable, donde los comerciantes se esfuercen, comprometiéndose con preservar la tradición de mercados y alineada a los cambios y requerimientos de un municipio moderno.

4.1.2 Visión.

Ser un centro de abastecimiento acorde con los requerimientos que exige nuestro municipio promocionando productos y servicios de primera, integrando tradición y modernidad a fin de fortalecer la cultura ciudadana, en donde todos los servicios que le integran demuestren uniformidad de calidad

4.2 Políticas del mercado

- Motivar a las personas que asistan a la capacitación, estimulándole con la entrega de una vestimenta apropiada para el servicio que brindan.

- Reconocer a las personas que tengan mejor rendimiento mediante la capacitación, dando un reconocimiento publico
- Compromiso de la elaboración de los jugos a poner en práctica los conocimientos de la capacitación, para lo cual se realizara un monitoreo tres veces a la semana.

4.3 Estrategias del mercado

- Capacitación permanente y motivación general a las personas del medio de jugos de los mercados municipales.
- El personal que asista a la capacitación, se sentirá motivado, reconocido y comprometido con la su labor diaria de preparar los jugos en los mercados municipales, para los cuales se les dará puntos en para su local de manera simbólica con el fin de reconocer.
- Las personas de los puestos de jugos que asistan a la capacitación y pongan en práctica lo aprendido tendrán un reconocimiento que será colocado en su negocio de jugos.

4.4 Definir las necesidades de la empresa y priorizarlas en relación al ámbito de capacitación:

Cuadro de necesidades: QualityFunctionDeploymet

NECESIDADES	PRIORIZACION DE NECESIDADES
A. Mejorar la elaboración de los jugos de los puestos alimentos.	1. Capacitar a las personas que elaboran los jugos de los mercados municipales
B. Capacitar sobre las buenas normas de asepsia	2. Tener mayor control en la higiene personal y del puesto de trabajo
C. Tener mayor control en el espacio de lugares de expendio	3. Mejorar el control de expendio en los mercados municipales.

Fuente: asociación española para la calidad (AEC); investigación de campo

Elaborado: Lorena Vizhco

4.5 Estructurar el programa de capacitación:

PROGRAMACIÓN ACADÉMICA

I. DATOS GENERALES

ASIGNATURA	Programa de capacitación de la elaboración de los jugos en los mercados municipales
NÚMERO DE HORAS (semanales)	2 HORAS DIARIAS
TIEMPO DE DURACIÓN TOTAL	16 HORAS SEMANALES
FECHA DE REALIZACIÓN	LUNES 25 FEBRERO DE 2013 HASTA VIERNES 06 DE MARZO DE 2013
FACILITADOR (nombre completo)	MsC. Heriberto López
INFORMACIÓN DEL FACILITADOR	Título: Magister en Marketing y gestión Turística Número Telefónico: Convencional: 28224796 Movil-Claro: 099250363 Correo electrónico: heri@hotmail.com

II. DESCRIPCIÓN DE LA MATERIA

INTRODUCCION DEL TEMA

El Ecuador se puede encontrar muchos mercados tradicionales, donde venden productos hechos a mano, alimentos y ganado. Culturalmente, los mercados municipales son importantes, porque proporcionan un espacio para artesanos y agricultores locales, especialmente en las ciudades más agrícolas, en general los mercados rurales son el eje de muchas familias campesinas para vender sus productos.

En varios mercados se instalan cada día en todo el centro de la ciudad, donde se encuentran los locales, los visitantes de las tierras altas venden y realizan el consumo de nuevas mercancías.

En los mercados frutas frescas, verduras y hortalizas, son la principal atracción. Estos productos se cultivan en los campos, debido a que el clima y el rico suelo. Otros artículos vendidos en los mercados incluyen flores, carnes, especias, granos, semillas, animales, etc. Sin embargo sería un pecado no disfrutar de los platos tradicionales que se venden allí o los jugos naturales que son de beneficio de la salud con las respectivas precauciones de higiene.

Que en los mercados podemos encontrar una gran variedad de frutas cuales son comprados por los puestos de jugos que luego son convertidos en jugos nutritivos y deliciosos.

En todo mercado municipal la presencia de consumidores hace que quienes laboran allí tengan la necesidad de satisfacer todas las demandas, es por eso que nos hemos visto en la obligación de capacitar a las personas con el fin de que estas presten un mejor servicio.

La capacitación se centrara en la higiene personal, limpieza, sanidad y todo lo relacionado con la elaboración de jugos; esta elaboración también se relacionara a la combinación de estos con vegetales y hortalizas para una mejor recepción de propiedades nutricionales que estas combinaciones nos pueden proporcionar.

Esta elaboración nos trae también algunos desechos que pueden ser reutilizados para la elaboración de subproductos para minimizar los desperdicios y maximizar las ganancias, obteniendo así un adecuado servicio caracterizado con la eficiencia y eficacia.

III. OBJETIVOS

Al final de la capacitación desarrollada, el estudiante será capaz de:

1. Conocer la importancia de las buenas prácticas de sanidad e higiene que se deberán tomar en cuenta para la elaboración de los jugos en los mercados municipales
2. Hacer correcta combinación los jugos a la hora de ser preparados.
3. Tener en cuenta los beneficios que brindan los jugos y hacer conocer a nuestros compañeros de trabajo y demás personas que toman los jugos

CONTENIDOS / COMPETENCIAS A DESARROLLAR

UNIDADES / CONTENIDOS	COMPETENCIAS A DESARROLLADA	OBSERVACIONES
UNIDAD I Los jugos 1.1 Definición 1.2 Elementos 1.3 Higiene 1.3.1 Limpieza 1.3.2 Sanidad en el puesto de trabajo 1.3.3 Higiene personal	Conocer la importancia adecuado elaboración de los jugos de los mercados	
UNIDAD II Las frutas 2.1 Clasificación de las frutas 2.2 Elección de las frutas para los jugos. 2.3 La combinación de frutas con vegetales u hortaliza. 2.4 La combinación no adecuada de frutas con vegetales y hortalizas. 2.5 Beneficios de las frutas 2.6 Que hacer cuando sobra fruta 2.61 Congelar la fruta 2.6.2 Opciones de no tener desperdicios de frutas - Recetas	Conocer los tipos de jugos y sus beneficios para la salud de sus consumidores	

IV. METODOLOGÍA

- ✿ Las principales estrategias metodológicas a utilizar serán las siguientes:

Método Analítico - Sintético

Para cada uno de los temas se trabajará en un aula de ensayo de manera individual y grupal, entre las principales técnicas didácticas a utilizar durante el Programa se encuentran:

- Estudio de casos.
- Psicodramas.
- Debates
- Técnicas creativas.
- Talleres participativos.
- Videos.

I. EVALUACIÓN

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

- Espacio Monitoreado de Preguntas y Respuestas.
- Exposiciones en papelotes sobre temas concluyentes en cada unidad que permitan conocer la retención del conocimiento.
- Muestras aplicadas a los ámbitos de estudio.

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 5, siendo: 1: malo, 2: regular, 3: bueno, 4: muy bueno y 5: excelente

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:	15%
Trabajo en grupo: desenvolvimiento)	20% (integración, participación, desenvolvimiento)
Trabajo final (prueba práctica):	40% (agilidad, coherencia, desenvolvimiento en el espacio, comunicación, comportamiento)
Prueba final escrita:	25% (redacción, coherencia)

BIBLIOGRAFÍA

SOLO DE LOS PUNTOS PUESTOS SOBRE EL PROGRAMA DE CAPACITACION

a) TEXTOS BÁSICOS:

- FENACAPTUR, INEN, Normas Técnicas Ecuatorianas, Requisitos de Competencias Laborales, 40 Perfiles Profesionales del Turismo, Quito – Ecuador.
- F. Leiva Zea; Investigación científica, quinta edición
- NUÑEZ SILVA Luis, Vida, la. nutrición, sueño y deporte, pilares biológicos par. a vivir un siglo

Firma del Facilitador: _____ Fecha de Presentación: 25/2/13

5 Cartilla de aprendizaje

UNIDAD I

5.1 Los jugos

5.1.1 Definición

Nada más confiable que los jugos que podemos hacer. Son saludables porque conservan todas las propiedades al hacerlos al momento, además de asegurarnos de utilizar frutas y verduras frescas.

Lo mejor para comenzar a preparar jugos naturales es adquirir un extractor de jugos, de esta manera podremos “sacarle el jugo” a toda fruta o verdura que llegue. Se puede preparar jugo, y las combinaciones pueden ser infinitas, solo hay que ir usando la imaginación y probar diferentes sabores.

Siempre elige frutas o verduras bien frescas, ya que es la que contiene más vitaminas, y lávalas muy bien antes de preparar el jugo. "Si usas frutas, guarda en el congelador la pulpa que ha quedado de la preparación de los jugos." Si notas algunas partes dañadas, retirarlas antes de preparar el jugo. No utilices frutas o verduras muy pasadas, ya que pueden ser perjudiciales para la salud.

Dos son mejor que uno. Al momento de preparar jugos, las combinaciones son más beneficiosas que las bebidas de una sola fruta, aunque no todas las mezclas pueden resultar acertadas. La nutricionista Daniela Almeida explica que al mezclar frutas y vegetales se aumenta el contenido de vitaminas y minerales de cada una y se complementan. Se recomienda mezclar alimentos ricos en hierro -acelga, espinaca, nabo- con los de alto contenido en Vitamina C -limón o naranja-. Detalla que, al combinarlos, el hierro de estos vegetales es absorbido por el

cuerpo de una manera más óptima. Las combinaciones de sabores y nutrientes. Recalca que no se deben mezclar las frutas dulces con las ácidas porque se pueden neutralizar los nutrientes. “Al interactuar, los tipos de frutas se destruyen”. Antes de beber procure consumir los jugos inmediatamente después de prepararlos, mientras más fresco más se conservan los nutrientes. Pique las frutas al momento de mezclarlas, es mejor que cortarlas antes y almacenarlas porque pierden jugosidad. El azúcar aumenta el valor calórico del jugo pero no le resta los nutrientes que las frutas aportan. El hielo hace más aguada la mezcla pero también mantiene los nutrientes.⁴⁵

Pica los ingredientes justo antes de utilizarlos, así conservarán intactos todos los nutrientes. Si lo guardas, perderá parte de los nutrientes. La mejor manera de conservarlo es dentro de la heladera y en una jarra de vidrio tapada.

El jugo de zanahoria es el único que puede conservarse sin problemas varios días. En cambio, el jugo de repollo solo dura en buenas condiciones alrededor de 24 horas.

Aunque no lo creas, los jugos verdes como los de col, zanahoria, apio y otras verduras similares, al ser procesadas adquieren un sabor más bien dulce.

El jugo de tomate es una muy buena base para combinar con jugos verdes.

Guarda en el congelador la pulpa que ha quedado de la preparación de los jugos. La misma puede utilizarse en preparaciones dulces como tartas, mermeladas, etc.⁴⁶

⁴⁵**Diario EL COMERCIO** http://www.elcomercio.com/sociedad/mezcla-frutas-mejora-jugo_0_713928756.html.

⁴⁶<http://cocina.comohacerpara.com/n1558/como-preparar-jugos-de-frutas-nutritivos.html>

5.1.2 Elementos

Las diversas posibilidades que existen para el procesamiento de frutas y hortalizas, todos aquellos grupos de personas que tienen la idea de aprovechamiento de aquellos recursos naturales de sus propio entorno que son los mercados

Las conservas en envases de vidrio y el jugo o pulpa natural pasteurizados y mermeladas.

Reglas que permitirán llevar adelante el proceso con seguridad para los consumidores, sólo aplicando estas normas de procedimiento se podrá tener la certeza de que los productos serán seguros para los consumidores.

Normas de manipules de alimentos, de sanidad en las instalaciones y equipos de higiene en los recintos de preparación así como en los operarios del sistema. La higiene de instalaciones y de personas deriva, o es una consecuencia, de su limpieza, de la mantención de todos los elementos que pueden estar cerca o en contacto con los alimentos en un estado sanitario óptimo. Paredes, pisos, cielos, manos del personal, ropa del personal, son algunos de los elementos que resultan muy importantes en estas consideraciones.

Así, una materia prima que llega para ser procesada, debe mantenerse en buenas condiciones, como ser a la sombra, sin mojarse, en recipientes limpios, donde no sufra maltrato físico, de manera de mantener la condición con que llegó. Por otra parte es importante entender que mientras más corto sea el tiempo que pase desde que llega hasta que es procesada, mejor es la condición de la fruta y otra materia prima presentará frente a las exigencias del proceso y mejor será la calidad del producto final. Las frutas y las hortalizas son materiales altamente

sensibles a las condiciones ambientales y es por esto que se hace necesario controlar tales condiciones para evitar cambios importantes en ellas.⁴⁷

5.1.3 Higiene

Para lograr un producto seguro y confiable, es necesario realizar un programa de limpieza, donde el objetivo principal es eliminar toda la suciedad, y luego, por medio de la sanitización realizada sobre la superficie limpia, disminuir la actividad microbiana, asegurando la destrucción de los organismos patógenos que puedan estar presentes.

5.1.3.1 Limpieza

Para realizar con éxito un programa de limpieza se deben considerar al menos los siguientes aspectos:

- Existencia de un adecuado suministro de agua de buena calidad.
- Elección correcta del detergente a usar
- Aplicación del método de limpieza que más se adapte a las condiciones específicas.

El material a remover en las superficies de una planta de alimentos está generalmente compuesto por compuestos orgánicos como grasas, proteínas. Además, están los minerales que se encuentran en los alimentos y quedan como residuos en la suciedad. La cantidad y tipo de componente varía según la industria de que se trate y es necesario conocer la naturaleza de la suciedad, su pH, es decir, si es ácida o alcalina, si es soluble en agua o sólo soluble en un solvente orgánico. Conocida esta naturaleza, la elección del detergente no es una tarea difícil.

⁴⁷ FAO (1993). Manual para el curso sobre procedimiento de frutas y hortalizas a pequeña escala en Perú, <http://www.fao.org/docrep/x5063s/x5063S02.htm>

En el caso específico procesadores de frutas hortalizas, la mayor parte de los residuos están compuestos por hidratos de carbono y minerales, la mayoría de ellos son solubles en agua.

5.1.3.2 Sanidad en el puesto de trabajo

- El manejo de la planta implica aseo y adecuada remoción de desperdicios
- Para eliminar roedores es necesario conocer sus hábitos y controlarlos permanentemente, cambiando estructuras y removiendo sus cuevas y sus fuentes de alimento. Se deben atrapar y eliminarlos.
- Los microorganismos, cuyo tipo e importancia varía según el producto y el tipo de operación, deben controlarse frecuentemente con cambios de proceso y equipos, limpieza y sanitización química.
- Las dependencias de servicio como piezas de estar, guardarropas, lugares para tomar agua, comer y trabajar, deben mantenerse aseadas y bien presentadas, para el confort, salud y seguridad de los trabajadores. De esta manera, el que los trabajadores tengan tales condiciones los mantiene contentos, lo que se refleja en su eficiencia de producción y en la calidad de los productos.

5.1.3.3 Higiene personal

Los trabajadores deben seguir una serie de normas de higiene, de manera de no contaminar el producto que se está elaborando. Estas son las siguientes:

- Deben lavarse cuidadosamente las manos y uñas antes de cualquier proceso.
- Para entrar a la zona de trabajo deben utilizar ropa adecuada, limpia y un delantal, de manera de aislar su ropa diaria de posible contacto con el producto.
- Deben utilizar gorro, o algún sistema que evita la caída de cabello sobre el producto en preparación.
- En lo posible se recomienda el uso de mascarillas, eliminando así cualquier contaminación por vía oral.

- Cada vez que entran o salen del trabajo, deben ponerse y sacarse el delantal y lavarse las manos cada vez que vuelvan de la sala de proceso.
- Deben mantener la zona de trabajo en condiciones de perfecta limpieza.
- Deben mantener sus uñas cortas y sin barniz, y evitar usar joyas durante su trabajo.

UNIDAD II

5.2 Las frutas

5.2.1 Clasificación de las frutas

Las frutas se dividen en dulces, neutras, acidas, semi-acidas, a excepción de ser alguna combinación para lograr un efecto en alguna enfermedad, si se mezclan lo que provoca es una fermentación en nuestro organismo, lo que podría provocar ciertos síntomas en el organismo como dolores de cabeza, náuseas, dolor de estómago y otros, incluso hay frutas del mismo grupo.

Dulces: son de agradable sabor, ricas en complejo B12, B15, vitaminas A, C y E. en este grupo podemos destacar el banano, higo, cereza, chirimoya, ciruelo, guayaba, guanábana, melón, níspero, mortiño, la papaya, pera, manzana, banano, sandía, entre otros. Todas a excepción de la sandía o patilla son comestibles entre sí.

Neutras: se caracterizan por su insaboridad, ricas en minerales y vitaminas. En este grupo podemos encontrar el coco, maní, aguacate.

Acidas: se caracterizan por su excelente capacidad para bajar el colesterol y el ácido úrico, por su elevado contenido en ácidos y complejos. Están piña, maracuyá, tamarindo y todas las frutas cítricas excepto la lima.

Semi- asidas: más simples que las acidas porque contienen ácidos menos fuertes. Es este grupo están tomate, granadilla, durazno, tomate de árbol, manzana verde, mango, mandarina, lima, fresas y naranjilla.

5.2.2 Elección de las frutas para los jugos.

Al **seleccionar** las **frutas** debemos ser muy cuidadosas pues si está muy **madura** se descompone rápidamente y si es muy **fresca** no se puede comer, no es fácil reconocer aquí unas características generales que te serán de mucha ayuda.

- **Selecciona** las más frescas, deben estar firmes, sin golpes ni manchas.
- Compra las verduras que va a **consumir** en una semana.
- Compra las verduras de **temporada** así se beneficia doblemente en **sabor y precio**⁴⁸.

Para empezar es importante a la hora de seleccionar nuestras frutas y verduras la intensidad de su olor, textura de la cáscara, peso, firmeza y por supuesto el aroma, por lo que como ejemplo fácil de explicar cuando compramos una sandía en lugar de golpearla para saber si está sana, aplicaríamos ante todo nuestros ojos y la nariz.

Cuando hablamos de frutas de cáscara roja es importante observar su color rojo intenso, ya que si nota que el color es un rojo oscuro, eso quiere decir que está bastante madura y se echará a perder muy pronto. En el caso de las moras frescas, la forma de determinar que están frescas es su aspecto sólido y con un tono morado brillante y en su empaque debe tener su jugo natural.

Así como estos ejemplos de frutas, es que debemos de tomar en cuenta a la hora de escoger nuestros alimentos, ya que la base para que nos duren bastante

⁴⁸Heidi Santi Esteban (2008) <http://saboruniversal.com/2008/04/como-seleccionar-las-frutas-y-verduras>.

debemos de tomar en cuenta los puntos arriba explicados (Olor, textura, peso, firmeza, aroma⁴⁹)

5.2.3 La combinación de frutas con vegetales u hortaliza.

Para lograr un buen desempeño en las frutas no es permitido mezclar todas sino únicamente las que les enseñaremos a continuación.

Para lograr jugos novedosos y riquísimos sabores, aumentando las virtudes de las frutas y vegetales, se pueden realizar las siguientes combinaciones:

- Apio, zanahoria, perejil
- Tomate, perejil y limón.
- Zanahoria, apio, limón.
- Pera, zanahoria.
- Mandarina y zanahoria.
- Toronja y zanahoria.
- Manzana y espinaca, entre otros.

5.2.4 La combinación no adecuada de frutas con vegetales u hortaliza.

No es conveniente mezclar simultáneamente todas las frutas en nuestra alimentación pues se presentan reacciones químicas perjudiciales para el organismo.

Es importante conocer a que grupo pertenece cada fruta, para no cometer errores en las mezclas y evitar daños al organismo, las frutas dulces no se deben combinar con las frutas acidas.

Las frutas acidas y semi- acidas no permiten ningún tipo de combinación. Al consumir naranja mezclar con zanahoria se eleva la acidez, produce efectos

⁴⁹ <http://cocina.comohacerpara.com/n4275/como-elegir-frutas-y-legumbres-frescas.html>

nocivos en el sistema renal, deteriora los uréteres, estimula el exceso de la bilis y desestabiliza el funcionamiento del hígado.

El limón mezclando con la papaya desestabiliza los niveles de hemoglobina en la sangre y produce anemia.

Consumir guayaba mezclada con banano produce hiperacidez o acidosis.

5.2.5 Beneficios de las frutas

Muchos son los beneficios diariamente fruta, mejora la salud, ayuda a adelgazar, mayor hidratación y mayor luminosidad de la piel. Pero también contienen muchas sustancias nutritivas (vitaminas, minerales, fibra...) la fruta es uno de los primeros alimentos sólidos que proporcionamos a nuestros hijos y que lo consuman diariamente es fundamental para su buen crecimiento.

Beneficios de las frutas

Tipos de frutas	Antioxidantes	Calcio	Fibra	Hierro	Potasio	Vitamina C
Fresa	Si		Si	Si	Si	Si
Ciruela	Si	Si	Si			Si
Guayaba	Si		Si		Si	Si
Higo		Si			Si	Si
Kiwi			Si		Si	Si
Limón	Si	Si			Si	Si
Mamey	Si	Si		Si		
Mandarina	Si	Si	Si		Si	Si
Manzana	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Maracuyá	Si	Si		Si		Si
Melón	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Naranja	Si	Si	Si			Si
Pera		Si	Si		Si	Si
Papaya		Si	Si		Si	Si
Sandia			Si		Si	

Uva	Si		Si		Si	Si
Uvilla				Si		Si

¿Qué hacer cuando sobra fruta?

A veces nos emocionamos y compramos más fruta que la que realmente vamos a consumir, entonces empieza a madurar. Esa fruta ya madura tenemos que utilizarla rápidamente (antes de echarla a perder) en: **mermeladas, ensalada de frutas, queques** y todo lo que se nos venga a la imaginación.

5.2.6 Congelar la fruta

El mejor momento para congelar la fruta es cuando está en su momento óptimo de consumo. En general todas las frutas con congelables, aunque en el momento de llevarlo a la práctica nos damos cuenta que cuando están crudas no siempre obtenemos buenos resultados y que el resultado puede ser muy decepcionante. Por eso vamos a dar unas pautas para saber cómo congelar la fruta fresca.

Es recomendable someter a algún tipo de cocción a muchas de ellas, para evitar la oxidación, como es el caso de los membrillos o las manzanas. Otras deben ser reducidas a puré como los plátanos, para evitar que se pongan negros.

Las frutas que mejor aguantan la congelación son frutas de pequeño tamaño: fresitas, moras. Los cítricos también se congelan bien cuando los hemos pelado y separado en gajos.

5.2.6.1 ¿Cuánto tiempo se conservan?

Pueden ser congeladas porcinas para el uso que se necesite y solo descongelar esa porción y no descongelar todo por lo que el sobrante se echara a perder.

Las frutas crudas pueden conservarse en el congelador hasta 11 meses. Congeladas en compota resulta conveniente mantenerlas no más de 6 meses.

Al igual que cualquier producto que se congele se etiquetar correctamente y de forma clara en cada uno de los recipientes o bolsas que se vaya a congelar. Haciendo constar el nombre de la fruta y la fecha de envasado.

5.2.6.2 Cuidados durante la descongelación

Debe ser tan esmerada como la congelación. Las frutas crudas no se descongelan bien dentro del microondas, por lo que si se quieren recuperar como recién cogidas de la planta es imprescindible que se le dé un tiempo prolongado de descongelación, dentro de la nevera.

5.2.6.3 Cómo congelar las frutas

Higos: Se pueden congelar cuando están en su punto, maduros pero no aplastados. Los congelamos sobre una bandeja y después guardamos en bolsa. Se conservan durante 10 meses.

Limón: Se conservan en crudos pelados y en gajos. También podemos congelar su zumo. Conservación de 10 meses.

Manzanas: En compota durante 6 meses.

Membrillo: Cocido y envasado en compota. Se conserva durante 6 meses.

Moras: Enteras y en compota. Se conservan crudas de 8 a 10 meses y en compota 6 meses.⁵⁰

5.2.7 Opciones de no tener desperdicios de frutas

Para que no se pierda la fruta que nos sobra de los puestos de jugos esas pérdidas en el negocio, no son favorables, aprovechare y podemos sacar algo extra.

Comprar lo necesario de fruta para los jugos de cada día siempre teniendo un estándar y una reserva.

⁵⁰ Directo al paladar (2011)Cómo congelar la fruta fresca
<http://www.directoalpaladar.com/cultura-gastronomica/como-congelar-la-fruta-fresca>

Fichas Técnicas

FICHA # 1

Ficha técnica: Mermelada de mora						
C.BRUT A	INGREDIENTE S	Unid.	C. NETA D	MULT. E	PRECI O (\$) F	TOTAL (\$) G
A	B	C	D	E	F	G
9,40	Mora	Kg	9,40	1	2,40	2,40
0,010	Limón		0,100	1	0,25	0,25
0,500	Azúcar	Kg	0,600	1	1,00	1,35
KILOGRAMOS PRODUCIDOS (antes de la cocción)			10,10	4,80		
MERNA(cocción)			8,85			
KILOGRAMOS TOTALEA(después de cocción)			1,25			
CANTIDAD DE PORCIONES			Unid. De 0,30		Grs. c/u 16 ctvc	
STANDARD POR PORCION			POR KILO			
TECNICAS A EMPLIAR:				FOTOGRAFIA DEL PLATO		
<p>Procesar, colar y colocar a fuego lento. A continuación se le añade el zumo de limón y se cuece a fuego lento moviendo con cuchara de palo hasta que pierde el agua y se hace un almíbar espeso.</p>						

FICHA# 2

Ficha técnica: Papaya						
C.BRU TA	INGREDIENTES	Uni d.	C. NETA	MUL T.	PRECI O(\$)	TOTAL (\$)
A	B	C	D	E	F	G
0,500	Papaya	Kg	0,500	1	2,50	2,50
0,100	Limón	kg	0,100	1	0,50	0,25
0,600	Azúcar	Kg	0,600	1	0,50	0,50
KILOGRAMOS PRODUCIDOS (antes de la cocción)			10,10			3,25
MERNA(cocción)			8,85			
KILOGRAMOS TOTALEA(después de cocción)			1,25			
CANTIDAD DE PORCIONES			Unid. De 0,30		Grs. c/u 0.12 ctvc	
STANDARD POR PORCION			POR KILO			
TECNICAS A EMPLIAR				FOTOGRAFIA DEL PLATO		
<p>Procesar, colar y colocar a fuego lento. A continuación se le añade el zumo de limón y se cuece a fuego lento moviendo con cuchara de palo hasta que pierde el agua y se hace un almíbar espeso.</p>						

La preparación de las mermeladas es igual para todas las frutas.

Esta mermelada va muy bien como cobertura de tartas y está especialmente rica con postres, con lácteos.

FICHA# 3

Ficha técnica: Queque						
C.BRU TA	INGREDIENTES	Unid.	C. NETA	MULT.	PRECIO(\$)	TOTAL (\$)
A	B	C	D	E	F	G
0,300	Harina	Kg	0,300	1	0,50	0,50
0,255	Huevos	Und	0,200	1,25	0,48	0,12
0,50	Mantequilla	Kg	0,050	1	0,50	0,50
0,100	Azúcar	Kg	100	100	0,50	0,50
0,200	Jugo de fruta	Lts	0,200	100	00	0,00
KILOGRAMOS PRODUCIDOS (antes de la cocción)			0,850			1,62
MERNA(cocción)			0.195			
KILOGRAMOS TOTALES(después de cocción)			0,655			
CANTIDAD DE PORCIONES			Unid. De 15	Grs. c/u 0,10		
STANDARD POR PORCION			POR KILO			
TECNICAS A EMPLIAR				FOTOGRAFIA DEL PLATO		
<p>En un bol colocamos todos los ingredientes secos, mezclamos.</p> <p>Agregamos el jugo de fruta, batimos, agregamos poco a poco la mantequilla derretida y batimos bien</p> <p>En un molde engrasado y enharinado, llevamos al horno previamente calentado.</p>						

6 CONCLUSION Y RECOMENDACIÓN

6.1 Conclusiones

Con la presente investigación llegué a la conclusión:

- El programa de capacitación es una forma de hacer conocer los problemas que se vive hoy en día en nuestros mercados municipales y fortalecernos con procesos de aprendizaje y mejora continua.
- La capacitación es un esquema muy complejo de que hay que ser líder para poder llegar a una sociedad, una persona que sea amigo, tener carisma para transmitir el mensaje al que se quiere llegar.
- Mediante la investigación se ha llegado a la conclusión de desarrollar un programa de capacitación de la elaboración de los jugos en los mercados municipales
- Que es importante saber elaborar un buen jugo, que frutas con que hortalizas se pueden combinar para lograr el beneficio de estos
- Saber no desperdiciar las frutas que nos restan, como darles una nueva alternativa al cliente que no solo jugo sino con algún acompañante o aperitivo.

6.2 Recomendaciones

De acuerdo a la investigación se constata cómo está elaborando los jugos en los mercados municipales para el cual se recomienda lo siguiente:

Emplear el programa de capacitación para la elaboración de los jugos en los mercados municipales

Dar un seguimiento adecuado para constatar cómo se desempeñan los capacitadores en el ámbito laboral

Recomendar que se exija las normas adecuadas de manipulación de los alimentos en función a la elaboración de los jugos en los mercados municipales

Impulsar el desarrollo que cambie la forma de pensar de una sociedad que ha venido elaborando los jugos de forma tradicionalista, dando nuevas opciones y combinando los productos que se elaboran con la fruta, los cuales llegan hacer sobrantes y así no se dé un desperdicio y una pérdida económica para el vendedor.

Bibliografía

1. CORDERO FERNANDO, Alcaldía de Cuenca. Estatuto y reglamento de gestión corporativa y administrativa condominial del mercado de cuenca, (2003)
2. Diario EL COMERCIO, La mezcla de frutas mejora al jugo
3. FAO, Manual para el curso sobre procedimiento de frutas y hortalizas a pequeña escala en Perú, (1993).
4. GONZALO CLAVIJO CAMPOS, Mercado arenal en el abandono, (2011).
5. HEIDI SANTI ESTEBAN, selección de las frutas y verduras, (2008)
6. NUÑEZSILVA LUIS, vida, la. nutrición, sueño y deporte, pilares biológicos par. a vivir un siglo, (2011)
7. Plan de desarrollo urbano del área metropolitana de la ciudad de Cuenca Ilustre Municipio; informe volumen XVII diagnostico mercados, págs. 33,34

ANEXOS

INSTRUMENTO # 1

Esquema de la entrevista a los puestos que elaboran los jugos en los mercados municipales

Los alumnos de la Universidad Israel, carrera de gastronomía solicitan su colaboración en dar respuestas a estas preguntas que servirán como aporte para el mejoramiento de los mercados municipales mediante procesos de capacitación

Nombre:.....

¿Cómo realiza usted la selección de la fruta?

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

A) ¿Qué medidas utiliza para la manipulación de la fruta o verduras que utiliza para la elaboración de los jugos?

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

B) ¿Qué normas de higiene (personal) considera en el momento de elaborar los jugos?

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

C) ¿Qué hace con la fruta que le sobra?

Congela Mermeladas Tortas Vota Otros

D) ¿Considera que es importante la capacitación para usted en la función de la elaboración de los jugos?

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

GRACIAS POR SU COLABORACION

ANEXO# 2

FOTO#1

Puesto de jugo toda en la esquina el arenal en el sector de verduras en la cual se puede notar, a lado dos fundas de basura



Fuente: investigación de campo
Tomado por la autora

FOTO# 2

Puestos de jugos a las 10 de la mañana



Fuente: investigación de campo
Tomado por la autora

FOTO# 3

Los puestos de jugo del mercado el Arenal tienen una gran variedad de jugos que ofrece a sus clientes



Fuente: investigación de campo

Tomado por la autora

FOTO# 4

La gran mayoría de la gente que llega a estos puestos de jugos es para tomar un jugo por sus sabores beneficiosos y solo por la sed.



Fuente: investigación de campo

Tomado por la autora

FOTO# 5

En el mercado el Arenal existe una gran variedad de verduras que están para su expendio para el consumo de sus y ser consumida de al de distintas formas y en especial en jugos que son de gran beneficio para la salud.



Fuente: investigación de campo
Tomado por la autora

FOTO# 6

En el mercado el Arenal llega una gran variedad de frutas de todos los días de los alrededores y de otras ciudades las cuales son compradas para elaborar los jugos .



Fuente: investigación de campo

Tomado por la autora

FOTO# 7

En esta imagen podemos apreciar la variedad de todos los productos que son saludables preparados en jugos y todos con gran beneficios para la salud



Fuente: investigación de campo

Tomado por la autora

FOTO# 8

En esta foto podemos notar la gran variedad de frutas que existen en el Ecuador y deben ser aprovechadas ya que en otros países no tienen esta gran variedad de frutas.



Fuente: investigación de campo
Tomado por la autora

FOTO# 9

En esta imagen podemos ver uno de los puestos de jugos que está en la parte de afuera del mercado en el área del por mayor de verduras y frutas. Al frente de este puesto pasan los carros y allí están las fundas de basura.



Fuente: investigación de campo
Tomado por la autora