



**Carrera de Administración en Economía Popular y Solidaria,
Micros y Pequeñas Empresas**

**Título: Modelo de negocio Canvas para la creación de Meat Fresh
Puerto Quito**

**Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de Tecnóloga en
Administración en Economía Popular y Solidaria**

Autora: Yanez Rodriguez, Julia Elena

Tutor: Nevárez Moncayo, Juan Carlos

Puerto Quito, 2023

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto:

Modelo de negocio Canvas para la creación de Meat Fresh Puerto Quito, presentado por la estudiante Yanez Rodriguez Julia Elena para optar por el Título de Tecnóloga de Administración de Economía Popular y Solidaria, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficiente para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinar que se designe.

En Puerto Quito, 28 días de marzo del 2023

Atentamente,

Econ. Juan Carlos Nevárez Moncayo, MG.

TUTOR

N°. C.C. 1802172203

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Yo, Julia Elena Yanez Rodriguez con cedula de identidad 1728663160, estudiantes de la carrera Administración de Economía Popular y Solidaria promoción 1.0(4) TSEPS, declaro el trabajo elaborado en la titulación, en un requisito previo a la obtención del grado de Administración de Economía Popular y Solidaria, son originales y declaro que este trabajo es de mi autoría, en virtud de ello me declaro responsable del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Puerto Quito,

Atentamente,

Julia Elena Yanez Rodriguez

Nº. C.C. 172866316-0

DEDICATORIA

Dedico a todas las personas que continúan en esta batalla de ser soldados vestidos de blanco, batalla incomprendida por muchos, que nos llena de orgullo al satisfacer las ansias del placer culinario.

A mi familia que ha sido el apoyo constante, en esta carrera que han estado conmigo en las buenas y en las malas que han sido como una luz hacia mis estudios.

Julia Elena Yanez Rodriguez

AGRADECIMIENTO

Se que el ser agradecido es una calidad que la debemos cultivar, mejorar y practicarla día a día.

En esta oportunidad quiero agradecer a Dios, que me dio oportunidad de vivir, en esta nueva etapa que me han enseñado a valorar la salud, la familia, la vida agradecer a todas las personas que me rodean mi vida y que de alguna manera han aportado en este trabajo que concluye una etapa de mi profesión.

Gracia a mi padre Eudoro Barbarito Yanez Muñoz, mi madre Julia Elena Rodriguez Enríquez, y a mis dos hermanas y a mi hermano que me brindaron todo su apoyo dentro de esta nueva etapa.

Julia Elena Yanez Rodriguez

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto de emprendimiento se va iniciar realizando la preparación del formulado del problema que se realiza posterior al análisis que se basa en el tema propuesto. Se explicarán los objetivos del proyecto se procesarán sus definiciones importantes del desarrollo del tema efectuado después se suma a explicar el diseño y la idealización del emprendimiento junto a la unidad de análisis que valió para probar que este proyecto pueda crearse y crecer con sus respectivas leyes y con mejores resultados para los clientes así viendo el análisis como el proyecto puede seguir y cumplirse gracias al modelo de negocio canvas.

El análisis es el desarrollo de la venta y proceso cárnico ha ido transformándose en algunas maneras diferentes y la venta de carne, siendo uno de los productos principales de consumir ahora en día la forma de venta o de entrega de carne al cliente y el proceso de empaquetados y los productos cárnicos están congelados y pueden durar mucho tiempo hasta que sea consumido.

El otro proceso es un poco negativo porque a veces hay formas de no estar seguros si el animal ha pasado por una prueba de higiene o de salud que de permiso de que está bien para poder consumir el producto el empaquetado puede durar más tiempo en la espera del consumo y la carne si está procesada con la higiene que corresponde y estar seguros y poder consumir el producto y el precio del producto cárnico es el doble al de la entrega directa por eso Meat fresh será un frigorífico que dará los mejores precios y los productos de primera calidad y poder arreglar todos esos problemas.

Palabras clave: Meat Fresh, Modelo Canvas, Creación de carnicería, Rotación, Distribuidora de productos cárnicos.

ABSTRACT

The entrepreneurship project will begin by developing the formulation of the problem that is carried out after the analysis that is based on the proposed topic. The objectives of the project will be explained, its important definitions of the development of the topic will be processed, then it will be added to explain the design and idealization of the venture along with the unit of analysis that was used to demonstrate that this project can be created. and grow with their respective laws and with better results for clients, thus seeing the analysis of how the project can continue and be fulfilled thanks to the canvas business model.

The analysis is the development of the sale and the meat process has been transformed in different ways and the sale of meat has been growing, being one of the main products to be consumed at present the form of sale or delivery of meat to the customer. and the packaging process and meat products are frozen and can last a long time until they are consumed, for example directly. The good thing is that it is delivered immediately, the product is processed and it is fresh.

The other process is a bit negative because sometimes there are ways of not being sure if the animal has gone through a hygiene or health test that gives permission to consume the product; on the other hand, the packaging can last longer waiting for consumption and the meat if it is processed with the corresponding hygiene and to be safe and to be able to consume the product and the price of the meat product is double that of direct delivery which is why Meat Fresh will be a refrigerator that will give the best prices and top quality products and will be able to solve all those problems.

Keyword: Fresh Meats, Canvas Model, Creation of butcher shop, Rotation, Distributor of meat products.

Índice General

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR.....	Error! Bookmark not defined.
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
RESUMEN EJECUTIVO	6
ABSTRACT.....	7
Introducción	17
Tema	18
Idea a defender	19
Justificación	20
Objetivos	21
Objetivo General.....	21
Objetivos Específicos.....	21
CAPITULO I	22
Marco teórico	22
Modelo Canvas	22
Concepto	22
Creador.....	22
Importancia del modelo canvas.....	22
Componentes del Modelo Canvas.....	23

Gráfico del Modelo Canvas	25
Meat fresh	26
Definición	26
Microbiología de la carne	26
Calidad de la carne	27
Condiciones optimas	27
Equipos de Cortés	32
Equipos de Emulsificación	34
Equipos de Cocción	35
Equipos de enfriamiento y conservación	37
UTENSILLOS	37
Cortes Comerciales de la Res.....	39
Requisitos en puntos de venta para el correcto manejo de la carne	41
Conclusión	41
Marco legal	42
Reglamento	42
Sobre Carnes y Productos Derivados Destinados a la Alimentación Humana	42
PLAN NACIONAL DE DESARROLLO “CREANDO OPORTUNIDADES” 2021-202	43
Marco Conceptual.....	46
CAPITULO II.....	47
Diagnóstico de mercado y comercialización.....	47

Diseño metodológico	47
Enfoque de la investigación	47
Enfoque cuantitativo	47
Método científico	47
Métodos de investigación: Deductivo e Inductivo	48
Deductivo	48
Inductivo	48
Tipos de investigación	48
De campo	48
Nivel de Investigación	48
Exploratorio	48
Las técnicas de investigación	49
Encuesta	49
Cuestionario	49
Observación	49
Instrumento de investigación	49
Modelo de la Encuesta	49
Cuestionario Estructurado	50
Unidades de análisis	52
Oferta	52
Precio	52

Comercialización	52
Segmentación de mercado	52
Recolección y procesamiento de los datos.....	53
Cálculo de la Muestra	53
Análisis e interpretación de resultados.....	55
CAPITULO III.....	65
Propuesta.....	65
Segmentación de Mercado	65
Segmentación Geográfica	65
Propuesta de valor.....	66
Matriz de Valor	67
Canales.....	68
Relaciones con clientes	70
Fuentes de Ingresos.....	71
Ingresos transaccionales.....	71
Ingresos recurrentes	71
Recursos clave	72
Recursos físicos	72
Recursos intelectuales.....	72
Recursos humanos	72
Recursos financieros	74

Actividades clave	76
Solución de problemas	76
Producción	76
Socios Clave.....	77
Estructura de Costos	78
Lienzo del modelo de negocio	79
Conclusiones	81
Recomendaciones	82
Bibliografía	83
Anexos	85

Lista de Cuadros

Tabla 1	55
Tabla 2	56
Tabla 3	57
Tabla 4	58
Tabla 5	59
<i>Tabla 6</i>	60
Tabla 7	61
Tabla 8	62
Tabla 9	63
Tabla 10	64
Tabla 11	65
Tabla 12	67
Tabla 13	68
Tabla 14	70
Tabla 15	73
Tabla 16	74
Tabla 17	79

Lista de Gráficos

Figura 1 Los 9 cuadrantes del modelo canvas	23
Figura 2 Business Modelo Canvas.....	26
Figura 3 Valores Nutrientes de la carne.....	27
Figura 4 Operaciones de empaquetado de carnes	29
Figura 5 Etiquetado de un empaque de carnes frescas	29
Figura 6 sistema de Refrigeración	30
Figura 7 Sistema de Congelación	30
Figura 8 Esterilización	31
Figura 9 Sistema de Curado.....	31
Figura 10 Sistema de Ahumado.....	32
Figura 11 Maquinaria y equipos. Sierra eléctrica	33
Figura 12 Maquinaria y equipos. Picadora	33
Figura 13 Maquinaria y equipos. Mezcladora	34
Figura 14 Maquinaria y equipos. Cúter	34
Figura 15 Maquinaria y equipos. Dosificadora.....	35
Figura 16 Maquinaria y equipos. Marmita	35
Figura 17 Maquinaria y equipos. Horno	36
Figura 18 Maquinaria y equipos. Empacadora al vacío.....	36

Figura 19 Maquinaria y equipos. Refrigeradora y congelados mecánicos	37
Figura 20 Maquinaria y Equipos. Carro de carnes	37
Figura 21 Utensilios. Cuchillo	38
Figura 22 Báscula	38
Figura 23 Cortes comerciales. Carne vacuna.....	39
Figura 24 cortes comerciales de cerdo.....	40
Figura 25 Corte comercial carne de pollo.....	40
Figura 26.....	55
Figura 27.....	56
Figura 28.....	57
Figura 29.....	58
Figura 30.....	59
Figura 31.....	60
Figura 32.....	61
Figura 33.....	62
Figura 34.....	63
Figura 35.....	64
Figura 36.....	85
Figura 37.....	86

Figura 38	86
Figura 39	87
Figura 40	87
Figura 41	87
Figura 42	87

Introducción

En los últimos tiempos se ha visto que el desarrollo de productos cárnicos ha traído bastantes virus enfermedades y calidades de higiene y por eso hemos visto la necesidad de crear esta empresa cárnica con el fin de desarrollar una mejora en la calidad de la carne con la mejor higiene para así darle el ejemplo a otras empresas y favorecer a las personas a consumir un mejor producto con mejor higiene y libre de enfermedades.

Aunque parezca fácil no es muy sencillo saber manejar las herramientas y el proceso cárnico es bastante difícil saber los tiempos exactos del proceso esto se ha convertido en un reto complicado ya que ahora en día hay que saber bien el estado cárnico por la cantidad de enfermedades que hay hoy en día es importante saber todo lo que se debe saber sobre el procesamiento cárnico. Por lo tanto, el objetivo inicial que es el ofrecer un producto de buena calidad sin virus y nada de enfermedades a su mejor precio con buena beneficencia a los clientes.

La creación de un frigorífico Meat Fresh es una iniciativa con el objetivo de desarrollar una mejor calidad de producto cárnico para poder obtener un producto fuera de peligro de bacterias y enfermedades y ser ejemplo para las demás empresas cárnicas y se desarrolle una mejor carne referenciando al modelo de negocio canvas y poder cumplir con los objetivos planteados en la empresa Meat Fresh en Puerto Quito.

Tema

Modelo de negocio Canvas para la creación de Meat Fresh Puerto Quito

Planteamiento del problema

Desde hace muchos años la venta de carne ha venido desarrollando y transformándose, en algunas maneras diferentes, y ha ido creciendo y transformándose es casi uno de los productos, principales de consumo cotidiano de las personas. Pero sus formas de procesados van cambiando o evolucionando y hay que ir adaptando todo a como se va cambiando.

Algunas maneras como en forma directa, que es cuando uno al mismo día que despresas al animal puede ser pollo, cerdo o ganado se entrega la carne y el otro método que se ha ido creciendo, es en empaques que están congelados, en los supermercados y pueden durar mucho tiempo hasta que sea consumido.

Existen métodos hay datos buenos y malos por ejemplo en la forma directa, lo bueno es que se entrega al inmediato que el animal es procesado, y es fresca pero un poco negativo, es que a veces en esta forma no se está seguro, si el animal haiga pasado por una prueba de higiene.

Permiso de que está bien para poder consumir por otro lado el empaquetado, lo bueno es que pueden durar más tiempo en la espera del consumo, y esa carne si esta pasado o hecho, la prueba que se debe tomar para estar seguro de que no haiga problema el consumidor, pero lo malo es que el precio es el doble al de la entrega directa por eso Meat fresh fue creado para arreglar todos esos problemas nuestra carne es 100% fresca el cliente también es valorado a un precio bajo al alcance de los clientes y así poder darles a nuestros clientes una carne fresca con toda la sanidad, pero al precio favorable que puedan consumir todas las personas.

Nuestro emprendimiento es motivo de darles a las personas una calidad única de carne confiables de consumir sin ningún miedo, o problemas y tenemos la motivación para que otros emprendedores de venta de cárnicos sepan como crecer y como entregar un buen producto, al cliente para darles toda la satisfacción al consumidor nuestro frigorífico de Meat fresh, seguirá creciendo y será historia por ser una de las mejores empresas de productos cárnicos por su calidad y su atención.

Idea a defender

El beneficio de implementar el frigorífico Meat fresh basado en el modelo de negocio canvas es una herramienta que permite tener una visión global del negocio e innovar para adaptarse a los cambios del mercado y poder sustentar la rotación del personal operativo. De la misma manera, el incremento de un frigorífico de la productividad de una disminución de los errores que existen.

La elaboración de una malla curricular referenciada de los lineamientos de los que planteamos en los proyectos que es muy necesario para poder llegar a fortalecer el objetivo general. Es importante, alinear con los contenidos cognitivos y procedimientos a ser desarrollados en la malla curricular.

Justificación

Es fundamental poder contar con una guía de los procesos en cada empresa, en su óptimos funcionamientos, y poder llegar a tomar el control de la misma; y, a la vez poder corregir errores que se den al interior del negocio, y los procesos en los productos cárnicos con mucho énfasis, ya que se trata de alimentos importantes para la ciudadanía, y al no tener un manejo adecuado con los productos pueden provocar enfermedades, intoxicaciones e incluso la muerte de quienes llegan a consumir productos que no estén bien tratados, con parámetros y normas internacionales que garantizan la seguridad alimentaria, para el consumo humano y la salud.

La creación de este modelo de negocio canvas es una manera de poder evaluar la factibilidad y ejecutar las instalaciones de una empresa o negocio, realizando los estudios y las observaciones necesarias para el aporte del servicio o producto que se brindará al cliente.

El presente trabajo de investigación aportará a la solución del abastecimiento de carnes selectas y con alto grado de higiene para el consumo humano en el cantón de Puerto Quito.

Objetivos

Objetivo General

Crear el Frigorífico Meat fresh en Puerto Quito a través de la aplicación del Modelo de Negocio Canvas.

Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente y prácticamente la implementación de modelo de negocio canvas para la creación del Frigorífico Meat Fresh en Puerto Quito.
- Realizar un diagnóstico situacional en la implementación del negocio canvas en la creación del frigorífico de Meat Fresh en Puerto Quito.
- Desarrollar una propuesta relacionada para la implementación del modelo canvas en la creación del frigorífico de productos cárnicos Meat Fresh en Puerto Quito para obtener los mejores resultados con la implementación.

CAPITULO I

Marco teórico

Modelo Canvas

Concepto

El modelo de negocios, en la segunda mitad del siglo XVIII al en pensar la revolución industrial, comienza el emprendimiento a nivel mundial la información de todas las apariencias que son primordial con una fragmentación hacia al cliente, y poder identificar los recursos claves, actividad claves, socios claves, estructura de costos entre otros.

El esquema del modelo canvas te permite proporcionar la organización de tu idea emprendedora, y podrás diagramar, será más fácil poder entender y comunicarla a nuestro equipo de trabajo, a los socios inversores y a los otros que están relacionados los principales beneficios, es poder llegar a la simplificación de mitología y poder generar la propuesta medible.

Creador

Osterwalder se ha establecido como líder mundial en este ámbito sobre la base de una metodología sistemática, y práctica para lograr la innovación del modelo de negocio ejecutivos y empresarios de todo el mundo han contado ya con el enfoque de Osterwalder, para fortalecer su estrategia y lograr una ventaja competitiva, a través de la innovación del modelo de negocio

Alexander Osterwalder nació en Gallen una ciudad de la Suiza francófona, en 1974 a la edad de 25 años cofundó su primer startup Netfinance centrada en la educación financiera, sus recursos un año después terminó su maestría en ciencias políticas en la Universidad de Lausana, y en 2004 se doctoró en sistema de Información Gerencial en la misma institución.

Importancia del modelo canvas

Al poderlo manejar te ayudaría a visualizar más información hacia tus clientes la propuesta de valor nos permite que el frigorífico pueda generar más dinero usando el modelo de negocio canvas no solo para comprender tu propio modelo comercial si no

también el de nuestros competidores ya al tener estructurado el modelo canvas, es capaz de poder moldear nuestro negocio y poder incrementar más ideas para poder implementar e innovar para todos los cambios que se puede necesitar.

Componentes del Modelo Canvas

El Modelo CANVAS, se compone de 9 módulos que a continuación explicaremos cada uno de ellos, para que los puedas guiar y cómo debes desarrollar cada uno de estos.

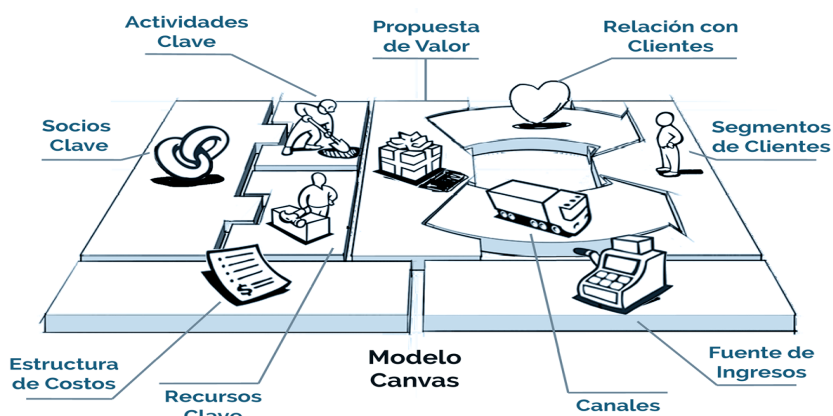


Figura 1 Los 9 cuadrantes del modelo canvas

1. Segmento de mercado (clientes).

Para poder segmentar los nichos, y poder observar los nichos de mercado hacia a las oportunidades de los negocios. La oferta es muy importante, consumidores sin los consumidores no se podrá ver la ganancia en la mayoría de los casos los proyectos son más enfocados en un producto y no al consumidor.

2. Propuesta de valor.

La propuesta de valor, en varias palabras somos progresistas y nos diferenciamos en una competencia y nos permite acercar a las potencias de los consumidores. La propuesta es muy importante para aquellos que te hace diferente hacia a la empresa y por los clientes estén dispuestos a consumirlo muchos emprendedores se dedican a buscar cosas que a nadie se le haya ocurrido, cuando la mejor estrategia para un emprendedor es renovar un nicho de mercado.

3. Canales de distribución.

Siempre debes determinar los canales de comunicación, distribución en una estrategia para poder hacer publicidad, y forzar la marca de nuestro proyecto y podemos utilizar varios canales (directos e indirectos y propios y de socios) así se podría escoger el modelo de un comercial propio, tienda online, o terceros mayoristas los cuales de los socios reportan menos márgenes de beneficios y ayudan a implementar su ámbito y los puntos fuertes de cada uno de ellos.

4. Relaciones con los clientes.

La relación con los clientes, es una variación de combinaciones que quieres entablar con cada segmento de los consumidores hacia las relaciones que pueden ser con otras personas presencial o vía telefónica autorizadas a través de email, buzones. La estrategia aquí es cómo vas a sincronizar tu propuesta de valor con el consumidor Y eso tiene que ver con la sensación que quieres que produzca tu producto en el consumidor

5. Fuentes de ingresos.

La fuente de ingresos es una fuente económica de nuestro estilo de ideas o negocios, con un cierto aspecto es muy fundamental para poder tener éxito en todas fuentes de ingresos, es el resultado de todos los módulos de los negocios dependiendo cuando más venda, se podrá generar ingresos o egresos para poder reinvertir.

6. Recursos clave.

Tocaría saber para poder reconocer los activos y los recursos clave que se necesitara como una herramienta muy importante porque son imprescindibles en la idea de la empresa en los recursos claves es saber bien explicar cómo va hacer la propuesta de valor y con qué recursos se contaría humanos, tecnológicos, físicos, físicos (locales, vehículos, naves, puntos de venta, etc.).

7. Actividades clave.

Tenemos que tener en cuenta las actividades claves que pueden tener valor y reconocimiento a nuestra marca y contar con excelentes estrategias que sean necesarias para poder el mejor reforzamiento es una de las piezas más complicadas y poder aprender del modelo de negocio por depender de eso para poder tener más conocimiento en los tramites hacia el mercado es nuestro objetivo.

8. Socios clave.

Toca estar enfocado hacia los socios claves con los que debemos establecer un contacto y alianzas hacia el negocio y poder tener clara y precisa las estrategias es una forma de poder conocer los contextos de los negocios o de las asociaciones entre profesiones o potenciales socios o proveedores.

Los proveedores cada día hay un mayor interés en establecer las colaboraciones y los acuerdos con terceros para poder compartir más experiencias, costes y recursos socios estratégicos, socios industriales, socios inversores, economías de escala y contar con un gran personal para comenzar con el proyecto.

9. Estructura de costos.

Siempre se tiene en cuenta cuando llegamos a definir un modelo de negocio es cuando la empresa tiene que tener totalmente claro las marcas y estructura de costes, para llegar y poder saber el precio que se tocara pagar al cliente por adquirir el bien y el servicio que se ofrecerá una ideal al negocio se tiene que tener mucho cuidado se podrá calcular de cada venta y de cierta manera se contribuye a cubrir una parte de costes.

Gráfico del Modelo Canvas

El mejor ejercicio que se puede hacer es utilizar The Business Model Canvas, que permite ver y moldear en un solo folio –estructurado en nueve elementos– cuál es nuestro modelo de negocio:

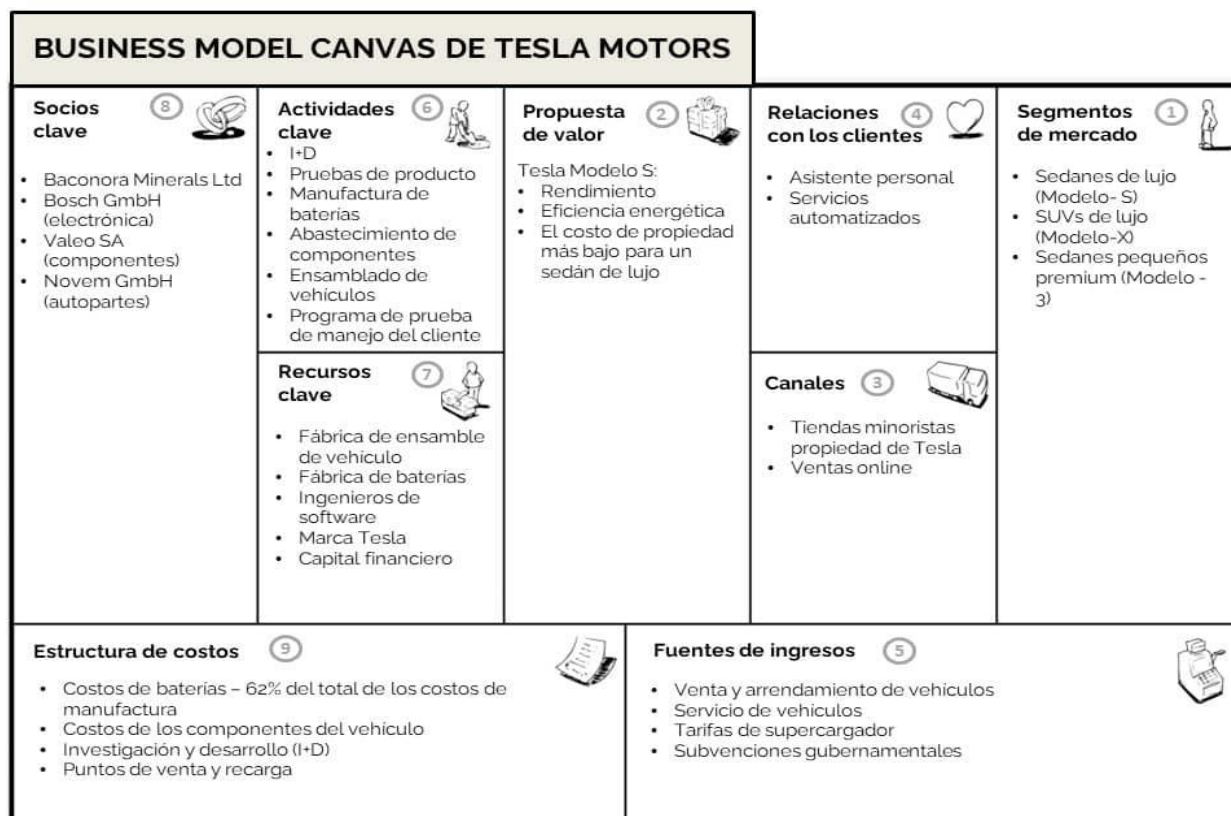


Figura 2 Business Modelo Canvas

Meat fresh

Definición

Los procedimientos, carnicería y los establecimientos que son dedicados hacia a la manipulación y la elaboración de los productos cárnicos pueden ser (congelados o refrigerados) la carne puede tener hueso o sin hueso son diferentes modalidades puede ser (troceado, picado, fileteado) se entregara según como sea el pedido de los clientes o con la elaboración propia y la preparación de la carne, (enteros, partidos o loncheados) para poder satisfacer al cliente.

Microbiología de la carne

La carne fresca, es un alimento, tiene un alto contenido nutricional y cantidad elevada de actividad de agua. (Restrepo, M. D., Arango, M. C., & Restrepo, R. , 2001)

CARNE	AGUA	PROTEÍNA	GRASA	MINERALES	CONTENIDO ENERGÉTICO kcal/100g
VACUNO	76.4	21.8	0.7	1.2	96
TERNERA	76.7	21.5	0.6	1.3	93
CERDO	75	21.9	1.9	1.2	108
CORDERO	75.2	19.4	4.3	1.1	120
CABRA	70	19.5	7.9	1.0	153
PAVO	58.4	20.1	20.2	1.0	270
PATP	63.7	18.1	17.2	1.0	234
CONEJO	69.6	20.8	7.6	1.1	155
POLLO	72.7	20.6	5.6	1.1	136

Figura 3 Valores Nutrientes de la carne

Fuente: (Restrepo, Arango & Restrepo, 2001)

A pesar del consumo de los alimentos, que son preparados con base de carne son muy susceptibles para la contaminación y nos permiten las condiciones que son totalmente necesarias para el crecimiento de los microorganismos en los daños y las enfermedades del origen.

Calidad de la carne

La carne, en los procesos que se ido tomando en cuenta, en todas es la calidad de la carne que puede ser afectada en los procesos y poder tenerla en libre de agentes en las bacterias y residuos que pueden constituir un riesgo para los seres humanos.

Condiciones optimas

Recepción

Los objetivos más importantes de recepción son:

- Higiene de los alimentos
- Control Económico

Están incluidas todas las acciones preliminares para que el producto se mantenga en condiciones al consumidor.

Las pautas más importantes a considerar para una carnicería:

- Revisar que el transporte de los alimentos se traslada este totalmente limpio.
- Cuando los productos se transportan debidamente ordenados, a una temperatura baja y totalmente adecuada, y que no se transporten con productos incompatibles, y evitar que se contaminen con otros productos.
- Inspeccionar los alimentos recibidos, especialmente la carne: color, olor, aspecto, sus cellos o marcas de identificación y la temperatura de recepción.
- Evitar tocar los productos con la mano
- Usar siempre pinzas, tenedores, bandejas, guantes desechables.
- Desechar las grasas y huesos en su lugar correspondiente.

Empaquetado

En todas las industrias de la carne, tiene la habilidad del empaquetado en un mayor desarrollo, que puede ser alcanzado de los nuevos proyectos de campos de las aplicaciones, que también se pueden incluyendo con toda la funcionalidad que nos permita poder identificarlos y reconocer el producto.

OPERACIÓN	EMPAQUE
Empacado de carcasas	Bolsas de algodón, película de plástico
Empacado al vacío de cortes de carne fresca	Película de plásticos, cajas
Empacado y congelado de cortes de carne sin hueso	Película de plásticos, cajas
Empacado y congelado para transporte y carnicería	Película de plásticos, cajas, otros plásticos
Empacado para comercialización	Película de plásticos, cajas, otros plásticos
Envuelto de cortes de carne para la venta	Papel, película de plástico
Empacado y congelado de productos manufacturados	Películas, otros plásticos, otros, cajas.

Figura 4 Operaciones de empaquetado de carnes

Fuente: (Price, 1976)

Etiquetado

La etiqueta, es una parte tan importante para el frigorífico para poder darles más información al cliente y es muy útil por que se les brinda toda la información y poder identificar claramente el producto, marca, nombre, características y todos los datos que se dará a conocer de la carnicería con las leyes y normativas que puedan ser vigentes por cada industria o el sector de la alimentación.

Nombre Corte	
Registro sanitario	
Vencimiento al refrigerar:	Vencimiento al congelar:
Peso Kg	Precio Total:
Precio por kilo	
Código de barras	F. Empaque:
Usos:	Elaborado y distribuido por:

Figura 5 Etiquetado de un empaque de carnes frescas

Refrigeración de los alimentos

Es un sistema que permite que el producto que estén en conservación mediante en refrigeración que nos ayude eliminar el calor de la carne y mantenerla fresca y así evitar la descomposición de la carne.

- Temperatura adecuada de la carne
- Circulación y velocidad correcta del aire
- Rápida refrigeración del producto



Figura 6 sistema de Refrigeración

Congelación de los productos

La congelación es muy importante porque tiene una cantidad de agua que contiene las células en cristales de hielo y para que el producto pueda conservarse fresco.



Figura 7 Sistema de Congelación

Esterilización de productos cárnicos

Es importante, la conservación porque lo utilizamos en los alimentos envasados herméticamente para evitar los gérmenes y para que puedan ser destruidos por el calor, y todos los productos no deberán estar en contacto con el ambiente para poder evitar las bacterias.



Figura 8 Esterilización

Curado de la carne

Es muy importante este método que se podrá conservar en las sustancias, todas las sustancias se penetran en el producto cárnico y poder tener un ambiente menos favorable y poder evitar el desarrollo de los microorganismos.



Figura 9 Sistema de Curado

Ahumado y asado

El producto humado nos permite evitar que la bacteria ejerza y evitar un mal olor, y mejorar el sabor al producto y las carnes serán curadas y saladas.



Figura 10 Sistema de Ahumado

Seguridad e higiene

Es un elemento principal que se llega a ocupar en las normas, procedimientos y estrategias que se tiene que conservar la integridad física de los trabajadores.

En todas partes de los mataderos y las industrias de las carnicerías es un establecimiento cuando las personas en una jornada laboral pueden tener el acceso físico y hacia el económico o muy pocos alimentos o nutritivos para poder satisfacer las necesidades alimenticias a los clientes y a la preferencia de sus productos (Cumbre Mundial sobre la Alimentación, 1996).

Maquinaria y equipos (Cortés, 2007)

Equipos de Cortés

1. Sierra Eléctrica

La maquinaria es una herramienta muy importante porque contiene una cuchilla giratoria con dientes endurecidos que se alinean se podrán ajustar a la necesidad a los trabajadores.



Figura 11 Maquinaria y equipos. Sierra eléctrica

2. Picadora

Esta maquinaria nos ayuda a triturar y poder picar la carne con más facilidad y es mucho mejor porque se puede trabajar con la carne congelada y refrigeradas.



Figura 12 Maquinaria y equipos. Picadora

Equipos de Emulsificación

Mescladora

Nos ayuda a mesclar con más facilidad la masa de carne y poder trabajar con la masa más blanda.



Figura 13 Maquinaria y equipos. Mezcladora

Cúter

El cúter se utiliza en la preparación de los embutidos con una pasta más fina y su temperatura tiene que estar a un 15°C



Figura 14 Maquinaria y equipos. Cúter

Dosificadora

Las maquinas nos ayudan con más facilidad para poder dosificar y moldear el producto con las piezas individuales.



Figura 15 Maquinaria y equipos. Dosificadora

Equipos de Cocción

Marmitas

Los equipos son una gran ayuda para poder formar un frigorífico porque permite mantener el producto en un sistema de calentamiento vapor, gas o eléctrico.



Figura 16 Maquinaria y equipos. Marmita

Hornos

Esta maquinaria ayuda a tener un calentamiento adecuado por medio de la electricidad, aceite, gas y vapor.



Figura 17 Maquinaria y equipos. Horno

Empacadora al vacío

Es una máquina que nos permite y es muy útil para extraer el aire por medio de una bomba con una presión hasta 5 milibares y un sistema sellado con un calentamiento muy resistente y se exportara bolsas sin aire.



Figura 18 Maquinaria y equipos. Empacadora al vacío

Equipos de enfriamiento y conservación

Equipo para choque térmico cárnico

Las maquinarias tienen un sistema de enfriamiento por una aspersión con un chorro de agua fría, y es muy utilizados en los productos cárnicos

Refrigeradores y congeladores mecánicos

La maquinaria nos permite tener los productos a una temperatura deseada.



Figura 19 Maquinaria y equipos. Refrigeradora y congelados mecánicos

Escarchadoras

Esta herramienta que nos ayuda a producir el hielo con escamas o también se lo llama escarchado y así elaborar los procesos como la emulsión.

UTENSILLOS

Es un carrito para poder transportar los productos cárnicos hacia el frigorífico.



Figura 20 Maquinaria y Equipos. Carro de carnes

Cuchillos



Figura 21 Utensilios. Cuchillo

Báscula



Figura 22 Báscula

Cortes Comerciales de la Res

Corte comercial de la carne vacuno



Figura 23 Cortes comerciales. Carne vacuna

Corte comercial de cerdo



Figura 24 cortes comerciales de cerdo

Corte comercial carne de pollo



Figura 25 Corte comercial carne de pollo

Requisitos en puntos de venta para el correcto manejo de la carne

- Contar con el espacio suficiente y exclusivo
- Paredes, pisos y techos elaborados con materiales de fácil limpieza, manteniendo una unión cóncava entre paredes y pisos.
- Contar con iluminación que no enmascare colores y ventilación que no permita la entrada de insectos y polvo, ni oculte olores.
- Disponer de áreas señalizadas y divididas claramente, incluyendo áreas especiales para lavado de manos, depósito de residuos, y sanitarios.
- Contar con sistema de drenaje y trampas de grasa en las coladeras.
- Asegurar que estén libres de plagas y suciedad, limpias y ordenadas, con personal asignado para cada lugar de trabajo.

Conclusión

Según García (2010), la ontología propuesta por Osterwalder representa un avance importante en la denominada innovación de tipo organizacional.

Su creciente reconocimiento internacional así lo demuestra. Se destaca su utilización como una importante herramienta en la comunicación, el análisis y la evaluación de modelos de negocio, así como en la innovación. La metodología canvas a través de los nueve componentes de su lienzo constituye la base para la elaboración de un buen modelo canvas.

Por la razón es saber y tener en cuenta los conceptos más importantes que lleva una carnicería como las condiciones de un establecimiento de higiene y esenciales.

Marco legal

En el presente Marco legal se basará, en evitar la venta, tanto en el mercado nacional como en los mercados extranjeros, de carnes y de los productos derivados, cuando no sean propios para la alimentación humana.

Reglamento

Sobre Carnes y Productos Derivados Destinados a la Alimentación Humana

Art. 2.- El secretario de Estado de Salud Pública, se les dará conocer a través un comunicado hacia los veterinarios o adscritos al departamento, se les obligará un examen e inspección de todos los animales que deberán ser sacrificados para el consumo humano. (Pecuaria, Ganadero , 2013)

Art. 3.- Todos los animales que se encuentren síntomas de una enfermedad, deberán ser separados de los otros animales y serán sacrificados en otro lugar y tendrán un tratamiento especial y se le volverá hacer exámenes de los animales infectados los cuales se sacrificaron de acuerdo con las reglamentaciones que al efecto dicte el Secretario de Estado de Salud Pública. (Tovar, 2009)

Art. 5.- Las partes de los animales que ya fueron inspeccionados y rechazados, deberán ser alejados o inmediatamente destruidos en presencia de un veterinario o el Inspector de la Secretaría de Estado de Salud Pública. (Masana et, 2011)

Art. 6.- Mediante todas las disposiciones que llegan hacer contenidas con el artículo anterior se deben aplicar en todos los animales que son sacrificados antes de que pasen al departamento destinados hacia la preparación del consumo humano. (Madrid, 2012)

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO “CREANDO OPORTUNIDADES” 2021-2025

Objetivos del Eje Económico

Objetivos 1: Incrementar y fomentar, de manera inclusiva, las oportunidades de empleo y las condiciones laborales.

La mejor política social es la creación de empleo. Sin embargo, el papel del Gobierno se limita a la creación de las condiciones adecuadas para que el sector privado sea el responsable de la creación de empleos. Para esto es esencial la existencia de una economía de libre mercado.

Un componente importante de una economía libre es el sistema de precios. Los precios juegan un rol fundamental: coordinan las acciones de miles de personas, que persiguen sus propios objetivos, comunicando los cambios en el conocimiento particular que cada uno de ellos posee sobre la disponibilidad y usos potenciales de los recursos. Es decir, los precios transmiten información. Por tal motivo, cuando el Gobierno pretende regular los precios de la economía termina causando serias distorsiones que afectan a los consumidores. Cuando se fijan precios oficiales por encima del valor de mercado la consecuencia no intencionada es la sobreproducción de bienes con la esperanza de venderlos a precios artificialmente altos. Sin embargo, esto termina ocasionado que los precios de dichos bienes terminen bajando debido al exceso de oferta. Por el contrario, cuando se fijan precios mínimos se generan incentivos para no producir cantidades suficientes de esos bienes, produciendo escasez y por consecuencia el incremento de los precios

El segundo elemento para tener una economía libre es la competencia. El mercado se basa en el principio de igualdad de oportunidades, no pueden existir empresas que reciban privilegios especiales del Gobierno y cada una debe innovar y poner todos sus esfuerzos para satisfacer constantemente a los Consumidores si quieren prosperar.

La defensa de la propiedad privada es otro fundamento del mercado libre. Solo cuando las personas tienen garantizado el respeto a su propiedad estas pueden usarla para la creación de riqueza. En este sentido, el Estado tiene la obligación de hacer respetar la propiedad privada. Por esto, el Gobierno del Encuentro promoverá una economía de libre mercado y abierta al mundo,

fiscalmente responsable para lograr un crecimiento sostenible y generar oportunidades de empleo. Esta es la mejor forma de crear oportunidades para todos y mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos, considerando las diversidades de género, intergeneracional, pueblos y nacionalidades y grupos atención de prioritaria.

En lo que refiere al emprendimiento, se precisa eliminar trámites innecesarios, propiciar capacitación y acceso a condiciones óptimas de financiamiento, tomando en cuenta la interrelación que debe existir entre la academia, la empresa y los diferentes niveles de gobierno.

Políticas

1.1. Crear nuevas oportunidades laborales en condiciones dignas, promover la inclusión laboral, el perfeccionamiento de modalidades contractuales, con énfasis en la reducción de brechas de igualdad y atención a grupos prioritarios, jóvenes, mujeres y personas LGBTI+.

Lineamiento Territorial

Pol. 1.1.

A7. Crear redes de empleo, priorizando al acceso a grupos excluidos y vulnerables, con enfoque de plurinacionalidad e interculturalidad.

Metas al 2025

- 1.1.1. Incrementar la tasa de empleo adecuado del 30,41% al 50,00%
- 1.1.2. Reducir la tasa de desempleo juvenil (entre 18 y 29 años) de 10,08% a 8,17%
- 1.1.3. Incrementar al porcentaje de personas empleadas mensualmente en actividades artísticas y culturales del 5,19% al 6.00%.
- 1.1.4. Aumentar el número de personas con discapacidad y/o sustitutos insertados en el sistema laboral de 70.273 a 74.547
- 1.1.5. Incrementar la tasa acumulada de acceso al menos a la clase media en 30,39%.

Análisis

Los programas de empleo son una prioridad máxima para el banco mundial. Medidas como mejorar el acceso al financiamiento, fortalecer los programas de capacitación, apoyar al sector privado y crear una infraestructura sostenible para poder conectar a las personas con las oportunidades laborales que pueden ayudar a poner fin a la pobreza y promover la estabilidad económica y social al interior de los países.

El crecimiento impulsado por el sector privado para crear empleos y trabajo la implementación de estrategias de empleo en la ayuda laboral de los multisectoriales y movilizar los conocimientos mundiales.

La falta de mano de obra calificada es un desafío clave que enfrentan muchos sectores de los países en desarrollo, como el sector de las tecnologías de la información que los programas de capacitación, el desarrollo de habilidades y poder darles empleo en la carnicería.

Marco Conceptual

Beneficios de animales: Conjunto de actividades que nos ayudan a comprender que los animales son sacrificados para el consumo humano.

Capacitación: Se le dará capacitación a los trabajadores para que estén aptos para poder brindar los mejores servicios al cliente.

Canal: Las partes del animal después de ser sacrificados, des huellados, degollados quedando solo la estructura ósea y la carne adherida a la misma sin extremidades.

Carne: Es la parte muscular y tejidos blandos que rodean al esqueleto del animal de todas las especies, incluyendo su cobertura de grasa, tendones, vasos, nervios, que sea declarado que son aptos para el consumo humano.

Carne fresca: La carne es cuando no es sometida a procesos de conservación distintos de la refrigeración, también van incluidas las carnes que son envasadas.

Higiene de la carne: Es muy importante las condiciones y medidas necesarias que se toman en cuenta en la carne que son todas las etapas de la cadena alimenticia.

Productos para el uso industrial: Aquellos de origen animal obtenidos con los beneficios en un destino final distinto consumo humano y que se puede dirigir a la fabricación de harina en carne.

Productos cárnicos comestible: Todo procedimiento o partes de un animal diferente de la carne con dictaminada y son aptas para el consumo humano.

Productos cárnicos no comestible: En los animales son hay materias que se obtienen de los animales con un beneficio por la cual no están comprendidos en los conceptos de la carne y productos cárnicos comestible.

Producto inocuo: esto significa que son los que no presentan peligro físicos, químicos o biológicos que lleguen hacer nocivos para la salud humana que si es apto para el consumo humano.

CAPITULO II

Diagnóstico de mercado y comercialización

Diseño metodológico

Mediante las formas de investigación se adjuntará a la recolecta de datos que ayudó a reconocer los modelos necesarios para seguir con el estudio Para la factibilidad para la creación de la Meat Fresh en Puerto Quito.

Enfoque de la investigación

Enfoque cuantitativo

Se considera que el conocimiento debe ser objetivo y que este se genera a partir de un proceso deductivo en el que, a través de la medicación numérica y el análisis estadístico inferencial se prueban hipótesis previamente, formuladas según al conocimiento que se valla viendo de la carne y la preferencia de los clientes.

Este enfoque comúnmente se asocia con prácticas y normas de las ciencias naturales y del positivismo este enfoque trata su investigación, en casos o tipo con la intención de obtener resultados que permitan hacer generalizaciones, óseas ver que corregir o mejorar para los clientes en el caso de la carne es la calidad el precio son los fundamentos más importantes.

Método científico

Es uno de los procesos de investigación que, a través de una serie de pasos ordenados:

Paso 1: Hacer una pregunta o averiguar qué gusto tienen los clientes

Paso 2: Investigar el tema ver la calidad del producto y otros

Paso 3: Elaborar una hipótesis o un proyecto para ver las mejoras.

Paso 4: Prueben su hipótesis haciendo un experimento ya haciendo prueba que tal está quedando el producto o la carne.

Métodos de investigación: Deductivo e Inductivo

Deductivo

La presente propuesta de investigación de la carnicería se ido desarrollando mediante el método deductivo, el cual nos permite poder tener mejores estrategias en el negocio de productos cárnicos y poder deducir conclusiones lógicas en el emprendimiento.

Inductivo

Mediante el método inductivo seba desarrollando desde los hechos que se van caracterizando en un emprendimiento de productos de primera calidad y poder llegar hacer prácticos hasta los fundamentos teóricos es decir se llegaran analizar las conclusiones lógicas en una creación de la carnicería hasta la organización de las diferentes fuentes.

Tipos de investigación

De campo

En este método hablaremos de estar presente y poder apoyar las personas en la recopilación de los nuevos datos de las siguientes fuentes primarias y poder estar en propósitos específicos en una encuesta que se ha realizado la carnicería Meat Fresh, se ha llegado a obtener datos muy importantes, que nos ayudara a sustentar con la creación de la carnicería Meat Fresh

Analizaremos el modelo de negocio canvas en Puerto Quito que nos permitirá brindar un producto de primera calidad, llegar a mejorar una excelente calidad de los productores.

Nivel de Investigación

Exploratorio

La investigación exploratoria nos ayuda obtener información para poder seguir investigando más temas nuevos hacia una carnicería, y poder identificar conceptos y variables y poder establecer prioridades hacia el producto de la carnicería.

Las técnicas de investigación

Las técnicas de investigación son un conjunto de procedimientos metodológicos y sistemáticos cuyo objetivo es garantizar la operatividad del proceso investigativo. Es decir, obtener mucha información y conocimiento para resolver nuestras preguntas.

Encuesta

Es un procedimiento dentro de la investigación cuantitativa en la que consultamos que les parecía una Meat Fresh en Puerto Quito con la calidad prometida y el precio

Cuestionario

El cuestionario nos permite realizar un sistema de preguntas que están ordenadas con una coherencia, que llega a tener sentido lógico y psicológico, expresando con cierto lenguaje sencillo y claro.

Observación

Este método se utilizó para visualizar las actitudes los gustos y otras cosas más de los clientes para poder saberlos atender a su gusto y se sientan cómodos con nosotros

Instrumento de investigación

Modelo de la Encuesta

Esta elaborado por un cuestionario que está hecho de lagunas preguntas específicas que ayuden a dar con más información acerca de los gustos y necesidades que soliciten los habitantes del pueblo y visitantes al mismo tiempo sobre la calidad y las formas de atenciones en las Meat Fresh.

Cuestionario Estructurado

1. ¿Qué aspectos considera usted más importante en una carnicería?

- Calidad
- Buen precio
- Servicio

2. ¿Cuál es su frecuencia de compra de productos cárnicos?

- Todos los días
- Un día a la semana
- una vez al mes

3. ¿Alguna vez adquirió productos de mala calidad en una Carnicería?

- Si
- No

4. ¿Cree usted que tiene preferencias en corte para adquirir el producto?

- Carnes especiales
- Cortes finos
- Todos
- Cortes Industrial

5. Al comprar el producto de la carnicería ¿Cómo la prefiere?

- Fresca a temperatura ambiente
- Congelada
- Refrigerada

6. ¿Considera usted que la carnicería realice servicio de entrega a domicilio en alguna ocasión?

- Si
- No

7. ¿Qué tipos de productos cárnicos adquiere o comercializa?

- Pollo y carne de cerdo
- Res y embutidos

- De todo un poco

8. ¿Considera usted que los locales de productos cárnicos en el Canto Puerto Quito si satisfacen las necesidades de las personas?

- Si
- No

9. ¿Si se instalara una carnicería estaría dispuesta a comprar productos?

- Si
- No

10. ¿Qué promociones le gustaría recibir de una carnicería para satisfacer al cliente?

- Descuento del 15% en su próxima compra
- Promociones distintas por semana
- Rifa con premios sorpresas

Unidades de análisis

Una vez ya investigado y analizado las respuestas de los habitantes del pueblo sobre el cuestionario se pasa a analizar que mejorar y que eliminar en la calidad y atención en la Meat Fresh

Oferta

La oferta está totalmente constituida por el espacio físico y el aforo que la carnicería pueda atender

Precio

Los precios están valorizado al alcance de toda persona cualquier clase social y económicamente que es un ejemplo para que todas las empresas procedan hacer así y que vean que todos tenemos el mismo derecho de consumir las mismas calidades de carnes y así poder ganar más clientes y tener más consumidores para adquirir una mejor demanda en los valores

Comercialización

El producto de nuestra empresa será entregado directamente la cual estará disponible para toda clase de personas alcance de todos.

Segmentación de mercado

ayuda a crear productos exitosos una de las razones por las que realizan una investigación de mercado esto nos permite añadir a nuestro producto cárnico las características adecuadas y además, nos ayudarán a reducir costos para atender las necesidades de los clientes consiste en establecer el precio adecuado de nuestros productos cárnicos. Identificando cuál es el público que estará dispuesto a pagar por él decidir la forma en la que ofrecemos un producto a cada grupo de consumidores y que sea agradable para ellos.

Recolección y procesamiento de los datos

Debido a que determinamos la población en una actividad del Cantón de Puerto Quito por la cual esta estipulada por un número de 20.445 habitantes según el estudio realizado por el Censo del INEC (2020) de la Población entre hombres y mujeres.

En cuanto a las carnicerías se realizó un censo a 20 locales ubicados en el Cantón de Puerto Quito, existen a la fecha de investigación.

Cálculo de la Muestra

Para poder determinar la muestra utilizamos el muestreo probabilístico aleatorio simple, para el efecto aplicamos la siguiente fórmula:

Fórmula para determinar el tamaño de la muestra

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + z^2 * p * q}$$

Datos

n = ¿? Muestra a obtener

N = Tamaño de la población 20.445

Z = Nivel de confianza 95% = (1.96) (3.84)

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2}$$

$$n = 3.84$$

P = Probabilidad del evento ocurra 50% 0.50

Q = Probabilidad del evento ocurra 50% 0.50

e² = Índice del error admisible 0.05 %

Datos

$$n = 374.09$$

$$P = 0.50 \%$$

$$Q = 0.50 \%$$

$$e^2 = 3.84$$

$$N = 20.445$$

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{3.84 * 0.50 * 0.50 * 20,445}{0,0025 * (20.445 - 1) + 3.84 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{19,627.20}{51.11 + 0.96}$$

$$n = \frac{19,627.20}{52.07}$$

$$n = 376.9 = 377$$

Una vez encontrado los resultados obtenidos, de la encuesta deberá aplicarse a 377 personas.

Análisis e interpretación de resultados

1. ¿Qué aspectos considera usted más importante en una carnicería?

Figura 26

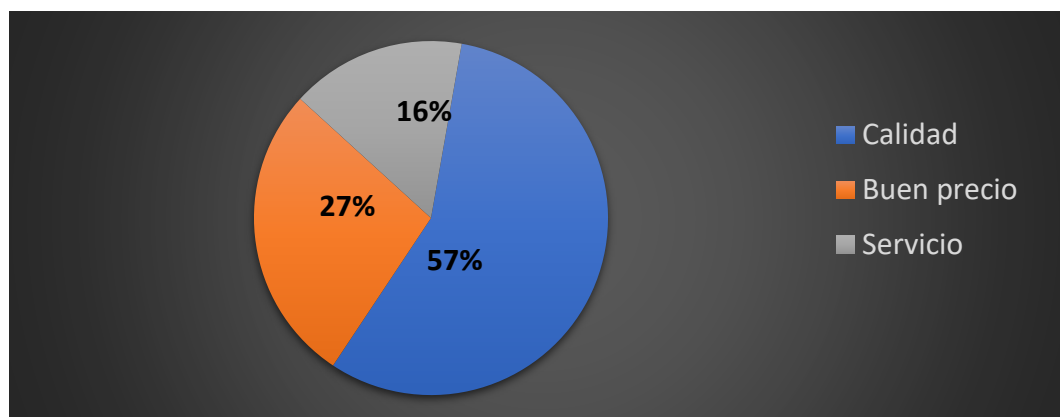


Tabla 1

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	215	57%
Buen precio	102	27%
Servicio	60	16%
Total	377	100%

Análisis

El porcentaje obtenido como resultado de esta pregunta 57% de los encuestados de los potenciales clientes conocen que, lo primero del producto es la calidad; saben que con una buena calidad el precio no se tomara mucho en cuenta ya que el producto al momento de consumirlo se ve la diferencia solo el 27% de los encuestados prefieren el precio que la calidad porque necesitan que esté al alcance de ellos para poder alimentarse y tan solo el 16% han sugerido más importante el servicio que se le ofrezca para sentirse a gusto al momento de comprar el producto.

2. ¿Cuál es su frecuencia de compra de productos cárnicos?

Figura 27

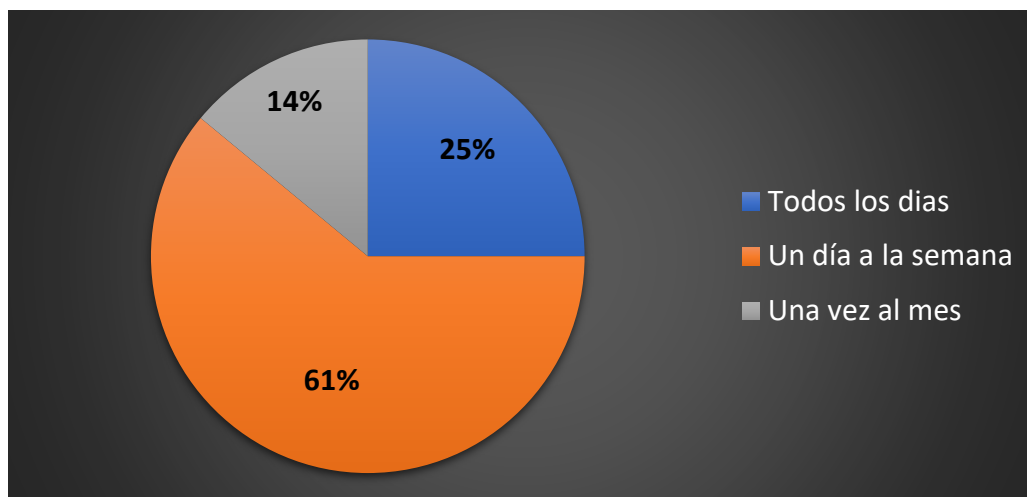


Tabla 2

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Todos los días	94	25%
Un día a la semana	230	61%
Una vez al mes	53	14%
Total	377	100%

Análisis

Según la encuesta realizada el 61% de los encuestados compran el producto cárnico una vez a la semana que es una compra de un poco mayor para toda la semana y el 25% de los encuestados se ha visto que les gusta hacer compra de cárnicos todos los días talvez por la frescura de la carne y el 14% de los encuestados solo prefieren comprar una vez al mes los productos cárnicos pueden ser por su alcance o por el gusto de los clientes.

3. ¿Alguna vez adquirió productos de mala calidad en una Carnicería?

Figura 28

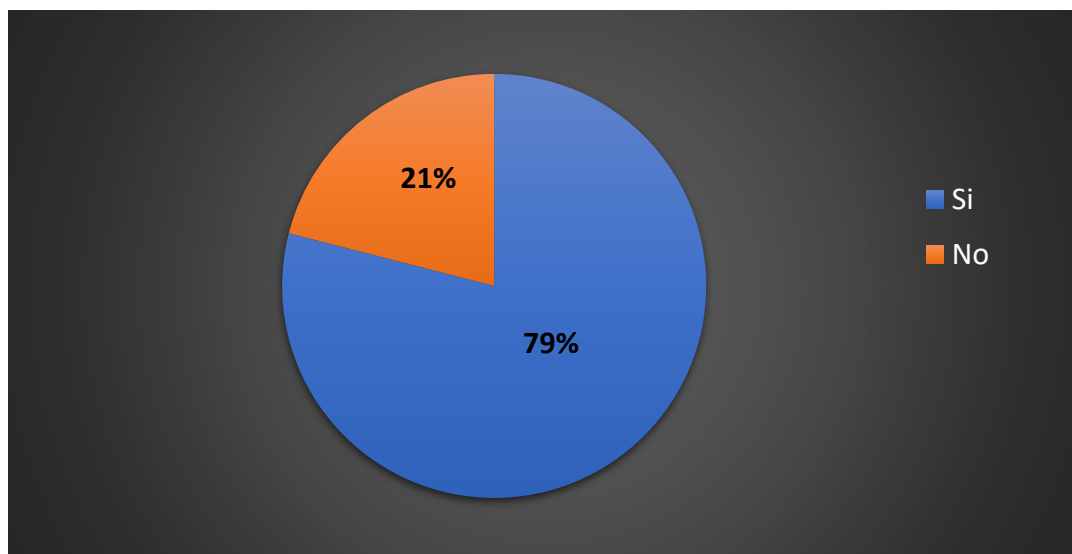


Tabla 3

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Si	298	79%
No	79	21%
Total	377	100%

Análisis

Por lo visto en la encuesta el 79% han adquiridos productos de mala calidad en sus compras se ven que hace falta una empresa que dé el ejemplo para entregar solo productos de calidad y al ver que tan solo el 21% no han adquirido productos malos se nota la falta de conocimiento del trato y proceso de elaborar los productos cárnicos.

4. ¿Cree usted que tiene preferencias en corte para adquirir el producto?

Figura 29

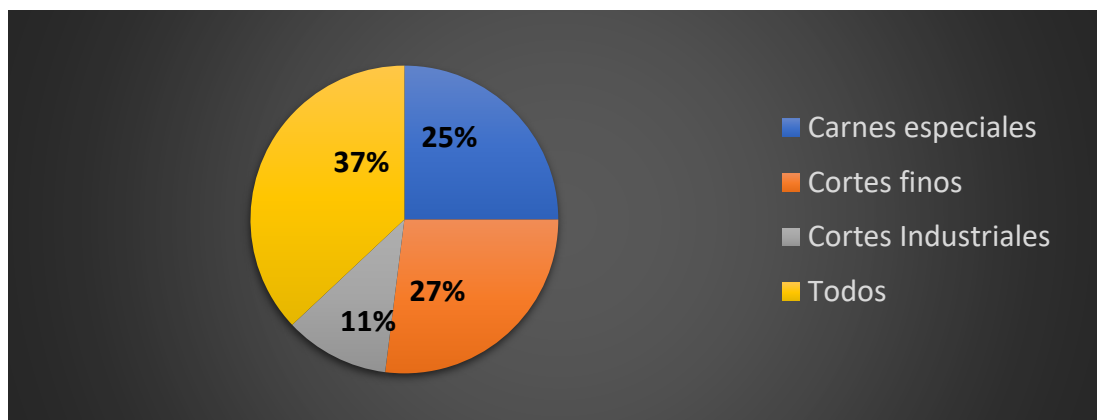


Tabla 4

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Carnes especiales	94	25%
Cortes finos	102	27%
Cortes Industriales	41	11%
Todos	140	37%
Total	377	100%

Análisis

Según la encuesta realizada se ha notado que el 37% de los encuestados no sólo tienen preferencia a un solo corte de carne a ellos les gusta de diferentes cortes en algunas formas y siguiendo el 27% prefiere los cortes de carne finos están más a su gusto y saben que el corte fino es más fácil y rápido de preparar el otro 25% les gusta más las carnes especiales estos son productos preparados especialmente para un plato y por último tan solo el 11% de los encuestados le tienen preferencia a la carne cortada en industria que ya son cortes hechos en las mismas fabrica.

5. Al comprar el producto de la carnicería ¿Cómo la prefiere?

Figura 30

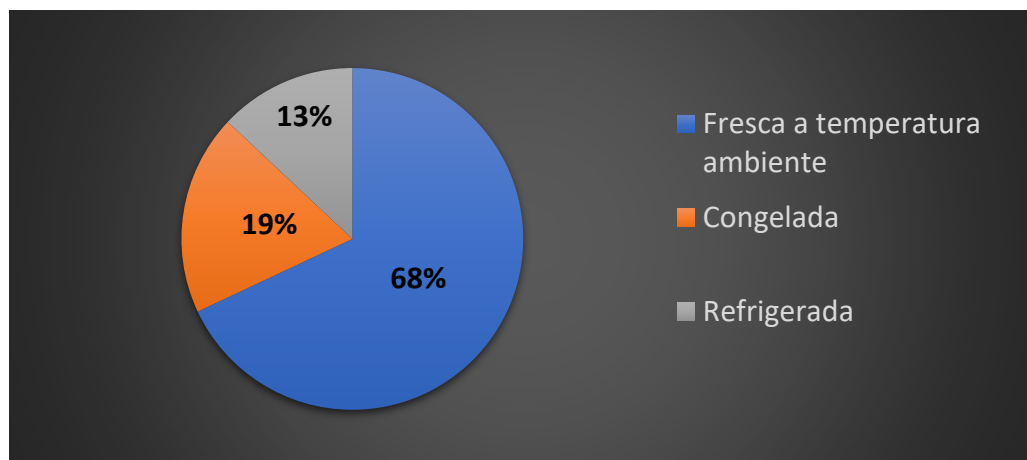


Tabla 5

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Fresca a temperatura ambiente	256	68%
Congelada	72	19%
Refrigerada	49	13%
Total	377	100%

Análisis

Según la encuesta el 68% prefieren la carne fresca al clima para que se les sea fácil prepararlos y puedan disfrutar más rápido de esos sabores el otro 19% las prefieren congeladas para que les pueda durar más sin que se les dañe el 13% la prefiere refrigeradas.

6. ¿Considera usted que la carnicería realice servicio de entrega a domicilio en alguna ocasión?

Figura 31

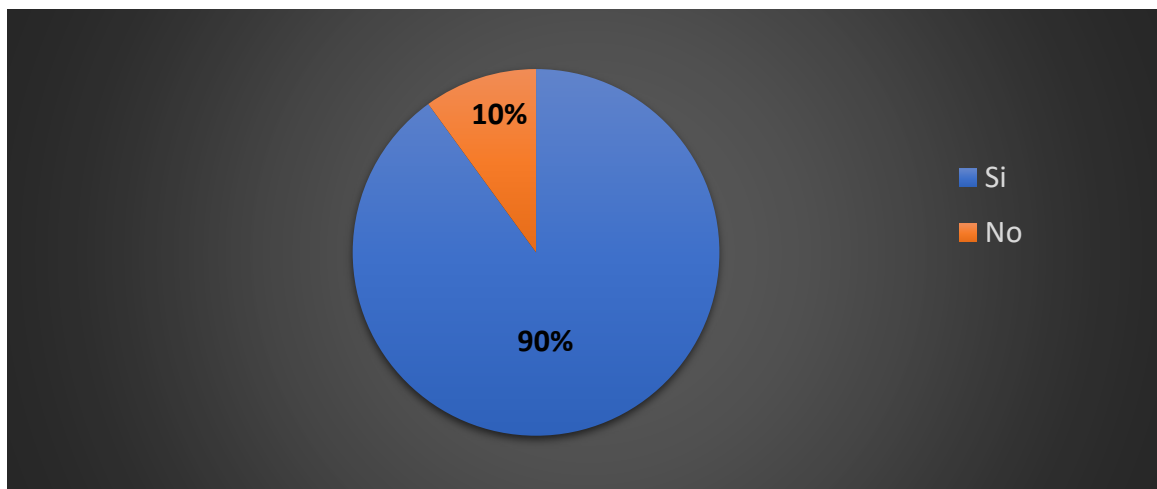


Tabla 6

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Si	339	90%
No	38	10%
Total	377	100%

Análisis

Según en la encuesta el 90% de los encuestados si desean tener una carnicería llamada Meat Fresh que de su producto a domicilio así se libran de salir o caminar y a exponerse de enfermedades fuera de casa y tan solo el 10% de los encuestados están conformes con ellos mismo ir a comprar el producto en el local porque tiene la ventaja de escoger el producto y el tipo de corte o carne.

7. ¿Qué tipos de productos cárnicos adquiere o comercializa?

Figura 32

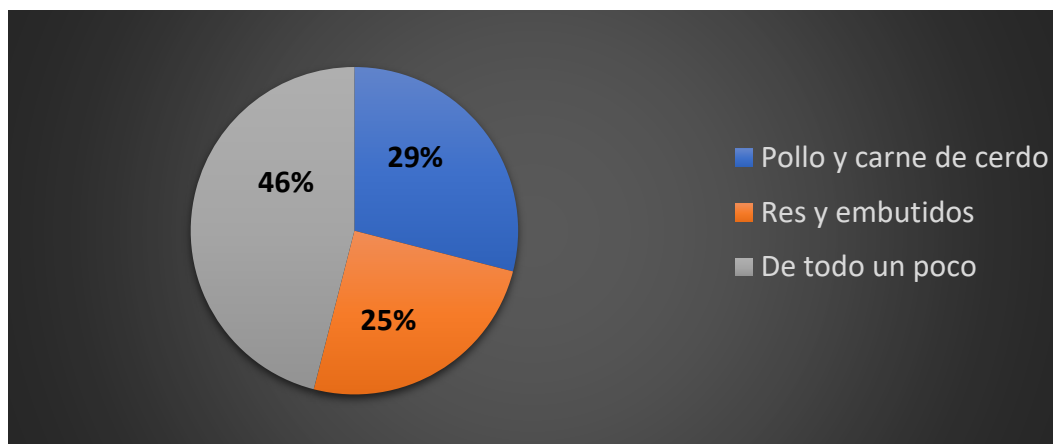


Tabla 7

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Pollo y carne de cerdo	109	29%
Res y embutidos	94	25%
De todo un poco	174	46%
Total	377	100%

Análisis

Según la encuesta el 46% de los encuestados mencionan que les gusta adquirir todo tipo de carne y no sólo consumir un tipo el 29% le gusta consumir más pollo y cerdo son el tipo de carne primordial para ellos y el 25% tienen más gusto a la res y embutidos para su consumo.

8. ¿Considera usted que los locales de productos cárnicos en el Canto Puerto Quito si satisfacen las necesidades de las personas?

Figura 33

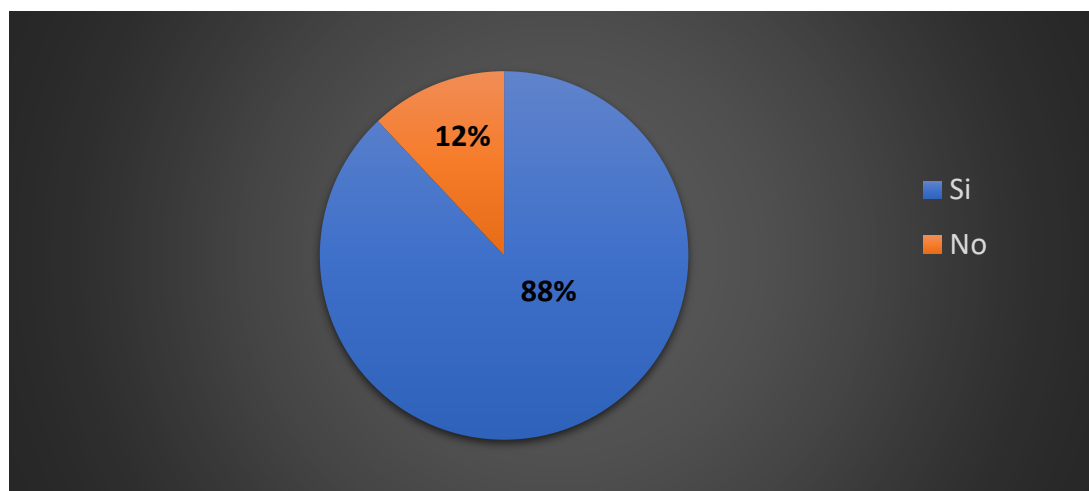


Tabla 8

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Si	332	88%
No	45	12%
Total	377	100%

Análisis

Según la encuesta realizada el 88% de los encuestado si se sienten a gusto con el servicio que les brindan las carnicerías y tan solo 12% no está conforme con el servicio que brindan las empresas de Meat fresh.

9. ¿Si se instalara una carnicería estaría dispuesta a comprar productos?

Figura 34

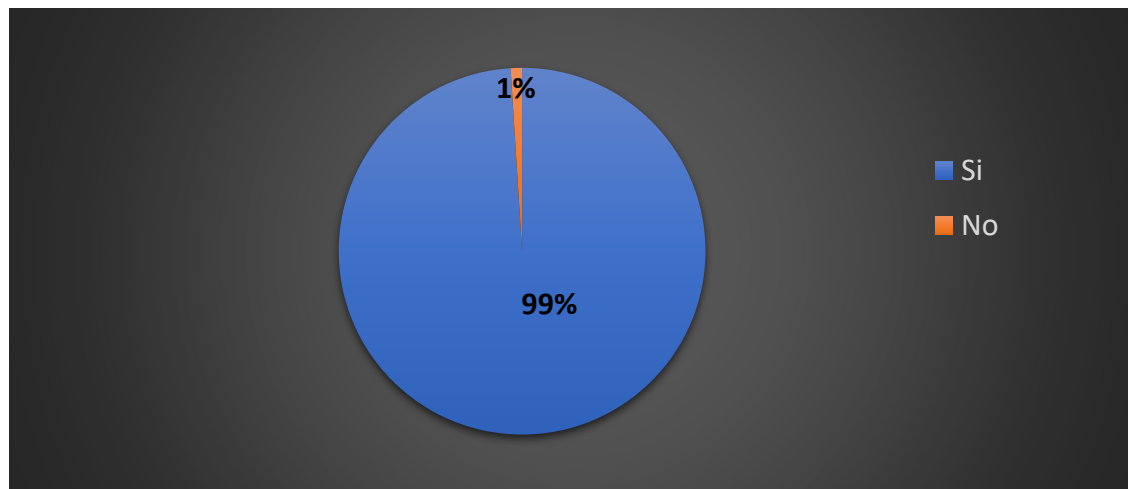


Tabla 9

criterio	Frecuencia	Porcentaje
Si	373	99%
No	4	1%
Total	377	100%

Análisis

El 98,9% de los encuestados estaría dispuesto a adquirir productos de la empresa y el 1,1% no estarían dispuestos a adquirir productos nuevos de nosotros, pero con esto se ve que la mayoría si desea nueva carnicería Meat fresh que se les brinde nuevas atenciones.

10. ¿Qué promociones le gustaría recibir de una carnicería para satisfacer al cliente?

Figura 35

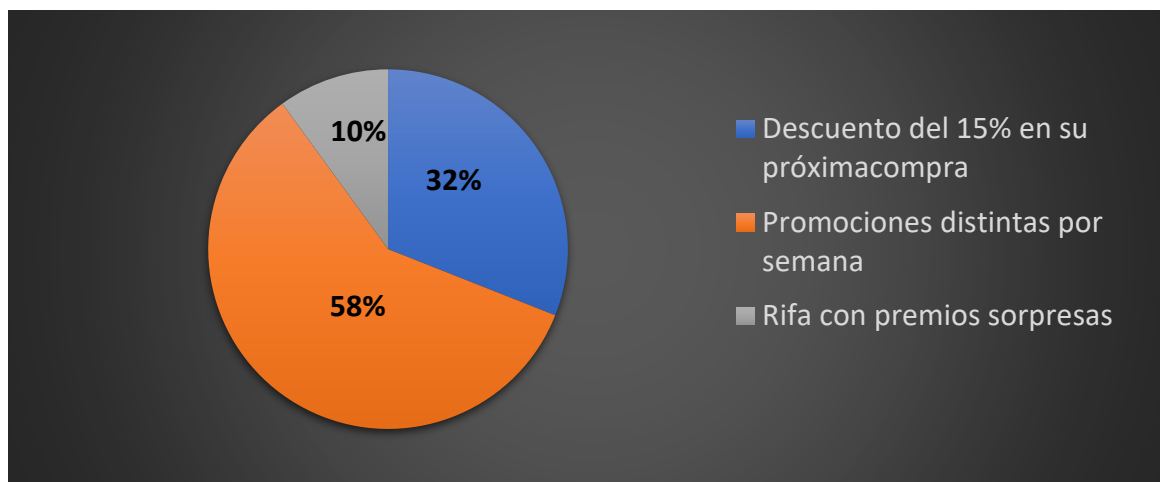


Tabla 10

Criterio	Frecuencia	Porcentaje
Descuento del 15% en su próxima compra	121	32%
Promociones distintas por semana	219	58%
Rifa con premios sorpresas	37	10%
Total	377	100%

Análisis

Según la encuesta realizada el 58% de los encuestados si están de acuerdo en las promociones distintas por semana y el 32% desean un descuento de 15% en su próxima compra de productos cárnicos y el 10% de encuestados están dispuestos a una rifa con premios sorpresas.

CAPITULO III

Propuesta

Segmentación de Mercado

La segmentación de mercado, es muy conocida como una segmentación de los clientes, es una fuente muy importante porque se puede dividir a los clientes potenciales en grupos muy distintos, los cuales nos ayudan que las empresas puedan enviar distintos mensajes en cada grupo del modelo canvas es una representación muy visual de los principales aspectos de cada de los conjuntos de los clientes en el frigorífico de Meat Fresh.

Segmentación Geográfica

Tabla 11

GEOGRÁFICAS		
Ciudad	Parroquia	Clima
Puerto Quito	Nuevo Puerto Quito	El clima es un poco cálido y lluvioso hay ciertas variaciones en las temperaturas durante todo el año
Cantidad de Población		Acceso a Transporte
20.445 habitantes en el canto de Puerto Quito		Si

Propuesta de valor

La propuesta de valor es la promesa que se brinda al cliente en su espera de recibir por parte de las empresas es más que una simple descripción del servicio o el producto es una solución muy específica que nuestro frigorífico le podrá brindar hacia a los clientes. son accesorios importantes para tu marca pero tus clientes y empleados potenciales no eligen un negocio u otro basándose únicamente en estos elementos en esto se explicaría con la empresa Meat Fresh es que al producto hay que idealizarlo y ver como el cliente desea ese producto como es la carne se viera como desea la carne puede ser en calidad forma u otra cosas pero asiéndole saber al cliente que si se le va hacer eso que desean ellos por ejemplo que deseen un carne molida pero que la deseen un poco picante eso se le diría así la vamos hacer a la carne molida y sería una promesa y un gusto para el cliente imaginarse probar algo que el mismo deseaba tener.

Matriz de Valor

Tabla 12

MATRIZ PROPUESTA DE VALOR	
Criterios	Respuesta
Identificar el tipo de cliente que atendemos o queremos atender.	Gusto de cada persona en el tipo, clase y calidad de la carne y el precio al alcance de cada cliente.
Identificar las frustraciones y tipos de trabajos que se alivian en base el mapa del perfil del cliente	Al iniciar la venta darles una prueba de la calidad de la carne a los clientes para así tener una venta con estabilidad de clientes
Identificar las alegrías que generamos en base al mapa del perfil del cliente	Generar una buena presencia al atender a los clientes para que se sientan bien y reciban una buena calidad y precio del producto y emocionalmente en el trato que le brindamos
Identificar las mejoras a corto o largo plazo	Identificar los errores día a día para irlos mejorando cada vez más

Canales

Los canales es una metodología en el modelo canvas en aquellos medios tiene un frigorífico para poderles hacer llegar la propuesta de valor a los clientes en el modelo canvas se va definiendo los canales de distribución más rápidos y muy rentables para poder llegar a la segmentación de los clientes construyendo una buena estrategia pueden tener diferentes tipos de canales de una distribución con los canales propios, definir una cadena de distribución eficiente es de gran importancia para la propuesta de valor será una ayuda para maximizar la venta poder hacer publicidad y que se conozcan más nuestros productos.

Tabla 13

Tipos de Canales	Fases de canales				
	Información	Evaluación	Compra	Entrega	Posventa
	¿Cómo damos a conocer los productos y servicios de nuestra empresa?	¿Cómo ayudamos a los clientes a valorar nuestra propuesta de valor?	¿Dónde pueden los clientes comprar nuestros productos y servicios?	¿Dónde entregamos a los clientes nuestra propuesta de valor?	¿Qué servicio de atención posventa ofrecemos?
Propio directo	Se proporcionará el producto por medio de redes sociales y mediante una inauguración con promociones y asiendo conocer el producto poniendo carteles con los precios y	En cada visita o compra que hagan los clientes se le harían interrogantes de que les gusta del local como le parece y que desearían que mejore también se	La compra del producto la primera y más importante opción es que tiene que ser acercándose a nuestro local y decirnos que clase de	Esta propuesta se la entregamos en los carteles que se ponen en nuestro local enseñándoles los precios y las calidades de nuestro producto cárnico y	Se les enseña la calidad de la carne y al precio que la ofrecemos primero se les puede hacer una muestra dándoles aprobar la

<p>Propio Directo</p>	<p>promociones para que así ya conociendo o probando nuestra carne y viendo el precio ya los mismos clientes nos haga publicidad diciendo la Meat Fresh tiene la mejor carne</p>	<p>les pusiera una libreta para que dieran sus opiniones de cada atención que se les da y el producto que se les brinda y así verificar todo lo que hay que mejorar y ver cuáles son los mejores gustos para los clientes</p>	<p>producto desea y la otra formas que también pondremos publicidad en redes sociales y un número preciso de la empresa para que nos llamen o comuniquen que producto desean para entregarles a domicilio como mucho gusto</p>	<p>también en las redes sociales mostrando imágenes de nuestros productos con sus precios cada uno</p>	<p>calidad y el sabor que tienen nuestros productos y así ya se sientan seguros de comprar nuestro producto</p>
---------------------------	--	---	--	--	---

Relaciones con clientes

La relación con el cliente hace referencia a todas aquellas estrategias que te permiten definir cómo vas a adquirir retener y expandir tu base de clientes se fundamenta en la segmentación y personalización de tus mensajes y propuesta de valor a través de los diferentes canales donde tienes presencia Las relaciones que tienes con tus cliente son dinámicas; van mucho más allá de ofrecer diferentes canales para que tus clientes puedan entablar una comunicación directa con los representantes de tu empresa.

Tabla 14

Tipo	Descripción	Ejemplificación
Relación directa	La relación con el cliente se apega con las estrategias que permiten definir cómo vas a lograr retener e incrementar el porcentaje de clientes, se fundamenta en la segmentación y personalización de tus mensajes y propuestas de precios a través de las publicidades que se tiene y aprovechar las redes sociales y promociones directas con las personas.	Contacto de palabras e idealizar o conversar con el cliente al momento de atenderlo para así coja confianza y se sienta a gusto al ser atendido

Fuentes de Ingresos

Una fuente de ingresos es uno de los factores más importantes que componen un modelo de negocio es básicamente la forma en la que una empresa, comercializa su producto o servicio con los clientes y estos a cambio devuelven una suma de dinero específica en este caso viene a ser la forma como vendemos nuestra carne que formas utilizamos es importante que un negocio, tenga bien definidas cuáles son sus fuentes de ingreso para de esa forma ser capaz de optimizarlas y tener un mayor rendimiento existen principalmente dos tipos de fuentes de ingreso y cada una de ellas se aplica a un modelo de negocio en específico así que es importante identificar cuál es la que aplicaría a tu empresa o proyecto.

Ingresos transaccionales

Los ingresos transaccionales son la modalidad más común y que la gran mayoría de empresas percibe ingresos transaccionales nos referimos a un pago único que recibe la empresa por una transacción comercial por ejemplo es cuando a la carne la vendemos como más común se dice al contado o pago único en este momento es cuando se produce una transacción y esta sería la fuente de ingreso de esta empresa.

Ingresos recurrentes

Un ingreso recurrente es un poco diferente y hace referencia a un ingreso que obtiene la empresa de forma constante a través del tiempo la frecuencia puede ser semanal, mensual, anual o cualquier otra frecuencia por ejemplo asiendo convenio con otras carnicerías chicas y entregándoles nuestro producto a ellos para que comercialicen y nosotros recibimos semanalmente el pago según lo que ellos vallan comercializando el fortalecimiento de canales de distribución.

Recursos clave

Estos recursos pueden ser físicos intelectuales humanos o financieros Sólo tiene sentido identificar recursos clave cuando tengo validado la parte derecha del canvas clientes propuesta canal relación ingresos

Recursos físicos

Medios materiales como instalaciones edificios vehículos máquinas puntos de venta y redes de distribución que te otorgan una posición ventajosa frente a los competidores en nuestro caso vendrían siendo los congeladores de mejor marca nuestras cortadoras con menos peligrosidad y mejor rendimiento.

- Una cafetería para los trabajadores
- Baño para los clientes
- Libreta de apuntes, Esfero

Recursos intelectuales

Es un contrato de exclusividad o una base de datos de clientes que tienen una ventaja por el simple hecho de ser únicos esto es asiéndole contratos o promociones de nuestros clientes a una compra segura y dándole más beneficios para hacerles confiar más.

Recursos humanos

Las personas de la propia organización serán claves en la medida en la que su figura no se puede llevar a cabo una determinada actividad del modelo de negocio planteado esto se encargan nuestros trabajos la forma de hacerlo y entregarlo.

Tabla 15

Gerente General	Gerente de ventas	Supervisión de producción
		Operativos
		Cajeros
	Administración	Recursos humanos
		Finanzas
		Contabilidad
	Mantenimiento	Técnico
	Encargo de almacén	Embarque
		Repartidores

Recursos financieros

Para el funcionamiento de la carnicería, es necesario tener una inversión de 31,000 dólares uso para los 3 meses que dura la fase de formación, el valor se considera muy importante y como un capital de trabajo, el mismo que será financiado en una totalidad de la carnicería.

Tabla 16

Maquinarias de la carnicería	
Nombres	Precios
Molino de carne	50,00
Sierra corta hueso	3,950,00
Amarradora de chorizos	6,070,00
Balanza digital liquidadora de 30k bernalo	240,00
Embutidora de carne MQE007 Ferton	1,100,00
Hilo de chorizos	36,90
Mezcladora de alimentos 50 litros	8,360,00
Chaira de carnicería 12 ovalada victorinox	240,00
Cuchillo deshuesador	118,00

Cuchillo desangrado 7	165,00
Cuchillo carnicero	159,00
Empacadora al vacío DZ400	5,000,00
Vitrina frigorífica indúrame	979,00
Vitrina enfriador uso comercial	2.790,00
Vitrina térmica	190,00
Vitrina de vidrio	120,00
Caja de cobro	380,00
Góndolas	140,00
Total	30,087.90

Actividades clave

En el Modelo Canvas las actividades claves son las acciones prioritarias que llevarás a cabo para el correcto desarrollo de tu emprendimiento y el éxito del negocio.

Las actividades clave de una empresa pueden ser de gestión u operacionales. Son las acciones más importantes de tu emprendimiento, las tareas prioritarias que no pueden faltar. En nuestro caso es saber mantener la limpieza en el local, la forma de procesar el producto. Todos deben ser conscientes de las labores más relevantes de la empresa. Las empresas que fallan en las actividades clave suelen tener muchos problemas operativos, bajas ventas y problemas para cumplir con sus objetivos a corto, medio y largo plazo. En nuestro caso, pongo un ejemplo: si falláramos en el mantenimiento de la carne y no nos diéramos cuenta al venderla y el cliente al consumirla se enferme o la vea mala, cometemos un grave error que nos perjudicaría en el ámbito de la clientela.

Solución de problemas

Son las actividades que te motivan a buscar soluciones para los problemas específicos de los clientes. Lo vemos en las empresas de servicios, clínicas, etc. Para estas actividades de negocio se necesita una formación continua y una acertada gestión de la información, es como un rescate al fallo que hacemos por ejemplo de lo mencionado: si cometiéramos el error, la solución fuera darles una prueba de una mejor calidad y cuidado en la carne y producto que entregamos, se puede hacer con garantías a la entrega.

Producción

Son actividades relacionadas a la distribución y diseño del producto, son las actividades más importantes en las empresas de fabricación de productos. Esta es la forma o el producto de la empresa. En nuestro caso es la carne, esta producción puede ser la calidad y el diseño que entregamos nuestro producto.

Socios Clave

Los socios clave son los aliados que te ayudarán a alcanzar los objetivos y que la empresa tenga éxito pueden ser empresas chicas que ayuden a vender más productos el bloque de socios clave modelo canvas permite detectar a las personas, organizaciones y empresas que estén relacionadas con las actividades de tu negocio. En otras empresas que se dediquen a lo mismo pero que no sean competencia si no a la vez te ayuden a duplicar las ventas y demás de la carne.

Estas asociaciones pueden ser de carácter público o privado. Al crear buenas alianzas para tu empresa, aumentarán tus probabilidades de éxito y crecerán tus fuentes de ingresos.

Los socios clave te permitirán obtener diferentes beneficios, así como mejorar el funcionamiento de tu empresa. Los aliados te ayudan a destacar en el mercado, superar a la competencia y mejorar tus ingresos.

Estructura de Costos



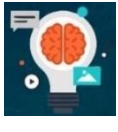




Es indispensable a la fase en cual podemos encontrar a nuestra empresa, es muy indispensable de poder tener conocimiento al realizar una estructura de costos por que nos ayuda a tener más conocimiento más detallados para así determinar si algo sale mal y poder tener encuesta los errores.




Por el motivo, en este articulo vamos a darte entender todo lo que esté al alcance lo que necesites saber de la estructura de la empresa se hablará del documento donde se quedará muy organizado los gastos de una compañía la estructura estará en una propuesta que incluye todos los costos en los que ocurre en el frigorífico para poder funcionar los salarios

Porque este archivo te ayuda a conocer más detalles para poder establecer y determinar si algo sale mal y perder corregirlo a tiempo por la cual es el artículo que vamos a explicarlo todo lo que este a disposición de nuestro frigorífico con algunos ejemplos y elementos

Lienzo del modelo de negocio

Tabla 17

Socios clave 	Actividades clave 	Propuesta de Valor 	Relaciones con clientes 	Segmentos de clientes 
<ul style="list-style-type: none"> • Pronaca  <ul style="list-style-type: none"> • Míster Cerdo 	<ul style="list-style-type: none"> • Comprar el mejor equipo de herramientas para el proceso de la carne • Realizar el cuestionario de los gustos de los clientes antes de la inauguración de la Meat Fresh 	<ul style="list-style-type: none"> • La innovación nuevos productos listos para consumir que vienen a cubrir la demanda de un consumidor con menos tiempo entre los congelados los elaborados congelados y los precocinados. • Desde la adquisición de una buena mercancía carne, embutidos y los 	<ul style="list-style-type: none"> • El segmento al que va dirigido este negocio está compuesto principalmente por las personas residentes en el entorno más próximo, que normalmente tardan menos de 5 o 10 minutos en acceder a pie al negocio. • El tipo de clientes puede ser muy variado, aunque datos objetivos confirman que la población. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los que viven cercanos al local • Los que siempre piden el mismo producto para su consumo • Los que compran todos los días para el consumo diario • Los que compran semanal o quincenalmente el producto para su consumo cotidiano

	<p>Recursos clave </p> <p>La calidad de la oferta: desde la adquisición de una buena mercancía (carne, chacina, embutidos y demás productos ofertados).</p> <p>La atención al cliente: el personal dedicado a la atención al público debe conocer todas las técnicas de atención al cliente, como saber escuchar y comunicarse.</p>	<p>demás productos ofertados y su correcto mantenimiento, hasta una adecuada presentación de los productos para lo que es necesario un equipamiento capaz de mantener la frescura y las propiedades de los productos.</p>	<p>Canales </p> <p>Redes sociales</p> <p>El canal de distribución es la venta directa en el establecimiento comercial, además del reparto a otros establecimientos comerciales que sean clientes directos del negocio.</p>	
<p>Estructura de Costes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gasto salarios • Gastos administrativos • Gastos de servicios básicos 	<p>Fuentes de ingresos </p> <p>El proyecto no tiene fines de lucro</p> <p>El beneficio de la carnicería, tener una disminución por los gastos por rotación del personal y llegar a disminuir un 6%, también habrá una disminución de penalización.</p>			

Conclusiones

- El modelo Canvas es una herramienta pertinente en un contexto de emprendimiento e innovación, que, si bien en el plan de negocio es importante, debe ser flexible, pendiente a responder a las oportunidades y necesidades ejemplo como la calidad buena y el costo de la carne al alcance de los clientes.
- Gracias al diagnóstico realizado en este proyecto la viabilidad de la creación de la carnicería Meat Fresh fue posible basado en los resultados obtenidos en el diseño de la investigación al a la clientela obtenida para el consumo de nuestro producto en Puerto Quito.
- También se vio que el modelo canvas nos permite no solo describir, analizar y evaluar los elementos esenciales del modelo de negocio de tu empresa sino también el de tu competencia y el de tu marca personal.

Recomendaciones

- El modelo Canvas tiene los beneficios de ser visual, bajo costo y colaborativa. Además proporciona un lenguaje común para describir, visualizar y también adaptar modelos de negocio en un solo cuadro. Este plan o esquema identifica los productos y servicios que el negocio planea vender, así como las particularidades del entorno es importante, tanto para empresas nuevas como para compañías establecidas, porque ayuda a atraer inversores, motivar a la gerencia y el personal y captar nuevos talentos.
- Nos permite proyectar a la empresa en un futuro determinando los objetivos del negocio y las vías para alcanzarlos. Permite definir las actividades y recursos clave para la organización, así como el segmento de mercado en el que se enfocará, cómo gestionará la relación con los clientes y qué canales usarán.
- Lo mejor en Canvas es que nos ayuda a ver el negocio por lo que es un gráfico visual con elementos que describen propuestas de producto o de valor de la empresa, la infraestructura, los clientes y las finanzas. Ayuda a las empresas a alinear sus actividades mediante la ilustración de posibles compensaciones. A mi proyecto de Meat fresh nos ha dado demasiadas ideas para poder progresar y ser de las mejores empresas dedicadas a las ventas de carne meat fresh.

Bibliografía

García, J. (2010). Innovación en modelos de negocio: La me-topología de Osterwalder en la práctica. *Revista mba eafit*, 2, 30-47.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. [ocde]. (2005). *Manual de Oslo: Directrices para la Interpretación de Datos Innovación*. España: Eurostat.

Restrepo, M. D., Arango, M. C., & Restrepo, R. (2001). *Industrias de Cranes*. Medellín: Universidad Nacional de Colombia.

Tovar, R. A. (2003). *Guía de procesos para la elaboración de productos cárnicos*. Bogotá: UPAR.

Hart, F., & Fisher, H. (1984). *Análisis Moderno de los Alimentos*. España: Edición en lengua española, Ed. Acribia.

Cortés, J. (2007). *Seguridad e Higiene del Trabajo. Técnicas de prevención de riesgos laborales*. Madrid: Tébar.

. Masana MO, Leotta GA, Del Castillo LL, D'Astek BA, Palladino PM, Galli L, Vilacoba E, Carbonara CC, Rodríguez HR, Rivas M. Prevalence, Characterization, and Genotypic Analysis of *Escherichia coli* O157:H7/NM from Selected Beef Exporting Abattoirs of Argentina. *J Food Protect* 2011; 73: 649-56.

Rhoades JR, Duffy G, Koutsoumanis K. Prevalence and concentration of verocytotoxigenic *Escherichia coli*, *Salmonella enterica* and *Listeria monocytogenes* in the beef production chain: A review. *Food Microbiol* 2009; 26: 357-76

Chinen I, Epszteyn S, Melamed CL, Aguerre L, Martínez Espinosa E, Motter MM, Baschkier A, Manfredi E, Miliwebsky E, Rivas M. Shiga toxin-producing *Escherichia coli* O157 in beef and chicken burgers, and chicken carcasses in Buenos Aires, Argentina. *Int J Food Microbiol* 2009; 132: 167-71

Tovar, R. A. (2003). Guía de procesos para la elaboración de productos cárnicos. Bogotá: UPAR.

EAnelya, E. (14 de junio de 2011). Manual de procedimientos. Obtenido de [http://www.slideshare.net/](http://www.slideshare.net/http://www.slideshare.net/jadesita/manual-deprocedimientos-8304802): <http://www.slideshare.net/jadesita/manual-deprocedimientos-8304802>

Madrid, P. (24 de agosto de 2012). Manual de procedimientos, presentación final. Obtenido de [http://www.slideshare.net/](http://www.slideshare.net/http://www.slideshare.net/mimadoec/manual-de-procedimientos-presentacion-finalprocesos?related=1): <http://www.slideshare.net/mimadoec/manual-de-procedimientos-presentacion-finalprocesos?related=1>

Ganadero, M. d., & Pecuaria, D. P. (2013). MANUAL GENÉRICO PARA SISTEMAS DE. Quito.

Mayor, O. (Junio de 2004). Guía Técnica para la elaboración de manuales de procedimiento. Obtenido de http://www.uv.mx/personal/fcastaneda/files/2010/10/guia_elab_manu_proc.pdf

NTE INEN 1 217, N. T. (2010). Carne y productos cárnicos. Definiciones. Ecuador, Ecuador: INEN.

Hart, F., & Fisher, H. (1984). Análisis Moderno de los Alimentos. España: Edición en lengua española, Ed. Acribia.

Anexos

Modelo de negocio CANVAS para la creación de MEAT FRESH Puerto Quito

La presente encuesta tiene como finalidad de conocer la satisfacción de las personas al consumir productos cárnicos.

1. ¿Qué aspectos considera usted mas importante en una carnicería?

- Calidad
- Buen precio
- Servicio

Figura 36

2. ¿Cual es su frecuencia de compra de productos cárnicos ?

- Todos los dias
- Un día a la semana
- una vez al mes

3. ¿Alguna vez adquirió productos de mala calidad en una Carnicería?

- Si
- No

Figura 37

⋮

4. ¿Cree usted que tiene preferencias en corte para adquirir el producto ?

Carnes especiales

Cortes finos

Todos

Cortes Industrial

5. Al comprar el producto de la carnicería ¿Cómo la prefiere?

Fresca a temperatura ambiente

congelada

Refrigerada

Figura 38

⋮

6. ¿Considera usted que la carnicería realice servicio de entrega a domicilio en alguna ocasión ?

Si

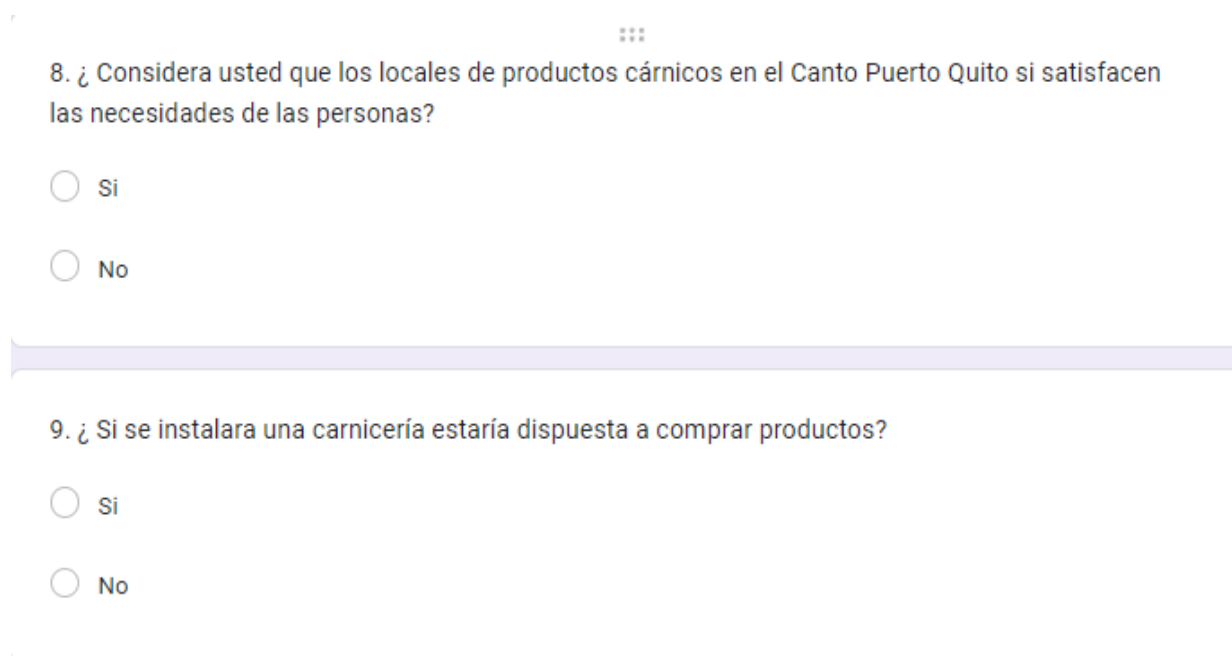
No

7. ¿ Que tipos de productos cárnicos adquiere o comercializa?

Pollo y carne de cerdo

Res y embutidos

De todo un poco

Figura 39

8. ¿ Considera usted que los locales de productos cárnicos en el Canto Puerto Quito si satisfacen las necesidades de las personas?

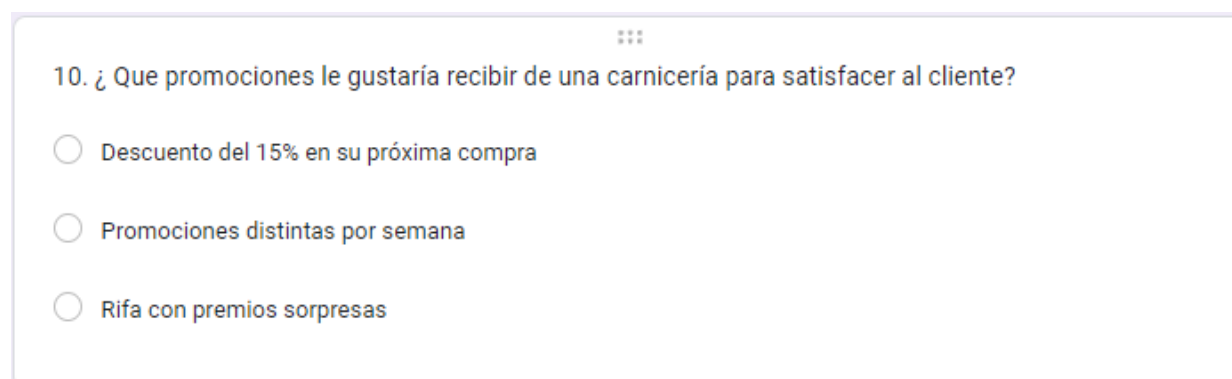
Si

No

9. ¿ Si se instalara una carnicería estaría dispuesta a comprar productos?

Si

No

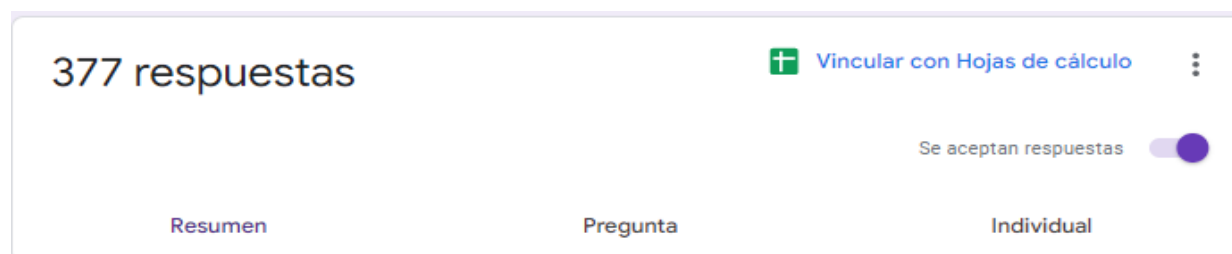
Figura 40

10. ¿ Que promociones le gustaría recibir de una carnicería para satisfacer al cliente?

Descuento del 15% en su próxima compra

Promociones distintas por semana

Rifa con premios sorpresas

Figura 41

377 respuestas

[Vincular con Hojas de cálculo](#)

Se aceptan respuestas

[Resumen](#) [Pregunta](#) [Individual](#)

Figura 42