UIDE

Powered by
Arizona State University

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA

Plan de negocios previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de empresas y Licenciado en Hospitalidad y Hotelería

Autores:
Janina Baque
Sandra González
Lupe Pérez
Roxana Pibaque
Issac Pinargote

Tutor:
Mgtr. Fabricio Alfonso Vasco Mora

Salud & Pizza: Desarrollo de un plan de negocios para la producción de masa de pizza elaborada con harina de garbanzo

GUAYAQUIL-ECUADOR | 2025

Resumen

Para satisfacer las necesidades de un mercado creciente de clientes con restricciones dietéticas como pacientes de enfermedad celíaca y que buscan opciones más sanas, la iniciativa “Salud&Pizza” se centra en la creación de una masa de pizza elaborada con harina de garbanzos que no contenga gluten. El estudio constató la escasez de alimentos deliciosos y de alta calidad sin gluten, lo que limita las opciones disponibles para los consumidores. Desarrollar la masa, analizar las necesidades y preferencias del mercado objetivo de Guayaquil, destacar las cualidades nutritivas del producto y crear un plan de marketing de éxito eran algunos de los objetivos del estudio. Para recopilar datos cualitativos sobre las expectativas de los clientes, la metodología incluyó grupos de discusión, entrevistas y degustaciones. Los resultados demostraron una opinión positiva del sabor y la textura del prototipo, así como una necesidad de productos con ingredientes regionales y ventajas para la salud. La viabilidad del proyecto queda avalada por la evaluación financiera, que muestra un plan de negocio atractivo que debería producir beneficios netos en un plazo de amortización razonable. El desarrollo de esta masa de pizza es una buena idea que, por su alto contenido nutricional, puede rivalizar con las alternativas tradicionales y, al mismo tiempo, satisfacer las demandas de personas con restricciones dietéticas.

Palabras clave: celiaquía, pizza, sin gluten, harina de garbanzo, nutrición, salud.

Abstract

In order to satisfy the needs of a growing market of customers with dietary restrictions such as celiac disease patients who are looking for healthier options, the “Salud&Pizza” initiative focuses on creating a pizza dough made with chickpea flour that is gluten-free. The study found a shortage of delicious, high-quality gluten-free foods, limiting the options available to consumers. Developing the dough, analyzing the needs and preferences of the target market in Guayaquil, highlighting the nutritional qualities of the product and creating a successful marketing plan were some of the objectives of the study. To gather qualitative data on customer expectations, the methodology included focus groups, interviews and tastings. The results showed a positive opinion of the taste and texture of the prototype, as well as a need for products with regional ingredients and health benefits. The feasibility of the project is supported by the financial evaluation, which shows an attractive business plan that should produce net profits within a reasonable payback period. The development of this pizza dough is a good idea that, due to its high nutritional content, can rival traditional alternatives and, at the same time, meet the demands of people with dietary restrictions.

Key words: celiac disease, pizza, gluten-free, chickpea flour, nutrition, health.

Agradecimientos

Agradezco a Dios porque sin él esta meta no hubiera sido posible. Mi sincero agradecimiento a mi director de tesis Fabricio Alfonso Vasco Mora, a mi coordinadora María Rosa Wright quienes han sido mi guía excepcional. Su sabiduría, conocimiento y compromiso con la excelencia han inspirado y motivado profundamente mi trabajo.

Un especial agradecimiento a la Sra. Sonnia White quien hizo posible de poder culminar una meta más.

Janina Baque

"Con gratificación, quiero manifestar mi apreciación a todas las personas que han sido una pieza fundamental en este proceso. A mi familia, por su ayuda imbatible, su serenidad y su léxico de aliento en cada prueba. A mis docentes y guías, por transmitir su conocimiento y facilitarme la asistencia necesaria para progresar con seguridad. A mis compañeros y amigos, por su trabajo en equipo. Y, finalmente, a todas aquellas personas que, de una u otra manera, aportaron con su tiempo y habilidades para hacer posible este proyecto. Su apoyo ha sido incalculable."

Lorena Pérez

Agradezco a Dios por ser mi ancla todos los días de mi vida. A mis padres y hermanos por ser mi mayor ejemplo y motivación para seguir y no rendirme. A nuestro tutor Fabricio Vasco y nuestra directora de carrera María rosa quienes con muchos consejos dentro del aula nos motivaron a ser mejores profesionales. A todas las personas quienes me han apoyado y han sido parte de este proceso.

Roxana Pibaque

Mi más grande agradecimiento es para Dios, sin su cuidado y su bendición no hubiera logrado completar todas mis actividades, lecciones, y exámenes, siempre estuvo conmigo hasta en los momentos más duros que tuve.

Pero también deseo agradecer a mis hermanas, cuyo incondicional respaldo ha sido invaluable. Ellas estuvieron siempre presentes para mí y mi familia, especialmente durante las largas jornadas de clases y las interminables sesiones de tesis. A todos ustedes, les debo cada paso de este logro.

Sandra González

Agradezco a mi señora Madre por ser una fuente de inspiración y guiarnos con mucho amor, esfuerzo y paciencia.

Issac Pinargote

Dedicatorias

A Dios, por su infinita misericordia y amor, que me ha guiado y fortalecido en este camino. A mi familia por su constante apoyo y amor incondicional, a mis profesores y asesores por su guía y sabios consejos, a mis hijos, para que cada una de mis metas alcanzadas les quede como ejemplo. Este logro no es solo mío, sino de las personas que me apoyaron en el camino. Esto es un reflejo de fe, esfuerzo y perseverancia.

Janina Baque

A mis seres queridos, quienes, con su respaldo absoluto, han sido mi motor de impulso en cada etapa. A mis profesores y líderes, por brindarme sus conocimientos. Y a quienes creen en la innovación y el progreso, porque cada pensamiento, por pequeño que sea, puede transformarse en un cambio importante. Que este trabajo sea un testimonio de dedicación y una invitación para seguir soñando y construyendo.

Lorena Pérez

A Dios, ser supremo por guiarme en cada etapa y paso de mi vida sin él nada fuera posible. A mi amado papá Hugo Pibaque por su ejemplo de perseverancia, amor y trabajo quien me bendice desde el cielo y siempre vivirá en mi mente y corazón. A mi mamá Flor ejemplo de amor, fortaleza y entrega quien siempre me ha apoyado incondicionalmente. A mis hermanos por confiar en mí y estar presente en cada paso de mi vida. A Alex compañero de vida por su amor y compañía en momentos difíciles.

Roxana Pibaque

Dedico este arduo trabajo a las personas más importantes de mi vida. En primer lugar, a mi madre la cual me dio los valores y principios que me pusieron siempre en el camino correcto, sin ella me hubiera sido imposible llegar a donde estoy ahora.

Se lo dedico a mi padre que ya no está conmigo, pero siento su apoyo en cada paso que he dado en este difícil pero regocificante recorrido del cual creo que él estaría orgulloso.

No puedo dejar de lado a mis hijos, quienes son mi mayor fuente de fortaleza y motivación para seguir adelante. Son ellos quienes inspiran mi deseo de triunfar y de culminar esta etapa educativa, con la esperanza de ser un ejemplo para su futuro.

Por último, pero no menos importante le dedico este triunfo a mi esposo, quien no solo apoyó con entusiasmo esta aventura en la que me embarqué, sino que ha sido un pilar fundamental para alcanzar mis sueños.

Sandra González

A mi madre Susana y mis abuelos Ángel y Blanca quiénes me inculcaron los valores suficientes para afrontar las responsabilidades en mi vida.

Issac Pinargote

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Sandra Elizabeth González González, Roxana Leonor Pibaque Pillasagua, Janina Jazmín Baque Carrasco, Lupe Lorena Pérez Madrid, Issac André Pinargote Quingaluisa; declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito, Salud & Pizza: desarrollo de un plan de negocio para la producción de masa de pizza elaborada con harina de garbanzo, es de nuestra autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedemos nuestros derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y demás disposiciones legales.

Sandra Elizabeth Gonzalez Gonzalez
CI: 0920211844

Roxana Leonor Pibaque Pillasagua
CI: 0920815941

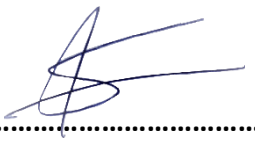
Janina Jazmin Baque Carrasco
CI0922598263

Lupe Lorena Pérez Madrid
CI 0922365549

Issac André Pinargote Quingaluisa
CI 0951076801

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Fabricio Alfonso Vasco Mora, certifico que conozco al(los) autor(es) del presente trabajo siendo el(los) responsable(s) exclusivo(s) tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.



……

Vasco Mora Fabricio Alfonso
DIRECTOR DE TESIS
CI 1202967095

Índice de Contenidos

Resumen 2
Abstract 3
Agradecimientos 4
Dedicatorias 6
CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA 8
APROBACIÓN DEL TUTOR 9
Introducción 17
Objetivo General 18
Objetivos Específicos 18
Fase 1. Empatía 19
Investigación documental 19
Enfermedad celíaca y la dieta sin gluten 19
Beneficios nutricionales de la harina de garbanzo 21
Segmento de estudio 22
Clasificación 22
Necesidades del segmento 23
Características relevantes 24
Perfil del cliente 26
Fase 2. Identificación del problema 29
Problemas del segmento seleccionado 29
Selección del problema con potencial de mercado 29
Propuesta Inicial 32
Fase 3. Idea de Negocio 34
¿Qué van a ofrecer? 34
¿Cuáles son las características de la propuesta? 35
¿Cuál es la propuesta de valor específica? 36
Impacto social 37
¿Cuál es el modelo de monetización? 38
¿Quién pagaría y por qué? 38
Prototipo explicativo 40

Nombre del producto 40
Logo del prototipo 40
Producto 40
Ingredientes para la elaboración del producto 40
Proceso de elaboración de la masa 41
Modelo de venta 41
Empaque 42
Beneficios del empaque para Salud&Pizza 42
Fase 4. Prototipado 44
Prototipo de Servicio 44
Experiencia Salud&Pizza 44
Prototipo funcional 46
Alternativa de masa de pizza “Salud&Pizza” con Harina de Arroz 46
Lean Canvas 49
Análisis Macroeconómico – PESTEL 54
Análisis Microeconómico - 5 Fuerzas Competitivas de Porter 59
Análisis FODA 62
Estrategias Propuestas 65
Fase 5. Probar 68
Validación de Factibilidad – Viabilidad – Deseabilidad 68
Mercado Objetivo 68
Investigación de Mercado 69
Diseño de estudio de mercado 69
Herramientas de recopilación de información: Entrevistas y Focus Group 69
Cuestionarios de preguntas para las entrevistas 70
Grupo Focal 81
Desarrollo del grupo focal 83
Conclusiones generales del grupo focal 84
Validación de segmento de mercado 89
Testing (Designing Strong Experiments) 90
Proceso de degustación 92

Conclusiones generales de la degustación 96
Encaje de la Propuesta de Valor con Perfil del Cliente (Product-Market Fit) 99
Propuesta de valor 99
Perfil del cliente 100
Product – Market fit 101
Prototipo 2.0 (Mejora del prototipo) 106
Ingredientes de la masa de pizza (versión mejorada) 106
Pasos de preparación 107
Adaptación a estándares o normativas 112
Mejora del logo 113
Medir datos y análisis de resultados de investigación de mercado 114
Producto Mínimo Viable 114
Características específicas 115
Objetivo PMV 115
Importancia del PMV 116
Landing Page 116
Modelo de monetización 120
Fase 6. 121
Estudio Técnico y Modelo de Gestión Organizacional 121
Localización 121
Acceso a proveedores de materias primas 122
Proximidad al mercado objetivo 122
Consideraciones Económicas 123
Potenciales mercados y distribución 123
Logística y proyecciones 124
Operaciones (Mapa de procesos) 124
Mapa de Procesos para Salud&Pizza 124
Diseño del proceso productivo (Flujograma) 126
Diseño organizacional (Organigrama) 127
Descripción de los roles 127
Conformación legal del emprendimiento 129

Plan Estratégico de Marketing 131
Nombre de la Campaña de Marketing 131
Objetivos de Marketing 131
Objetivo General 131
Objetivos Específicos 131
Mercado Meta 132
Competencia 135
Tendencias del mercado (insights más relevantes) 136
Tamaño de Mercado – TAM, SAM, SOM 137
Estrategia de Marketing 140
Marketing mix 140
Propuesta comunicacional 141
Estrategias de Marketing 142
Estrategias de diferenciación 144
Presupuesto de la campaña de marketing 146
Evaluación Financiera 152
Inversión inicial 152
Financiamiento 153
Costos de producción 153
Presupuesto de ventas 155
Punto de Equilibrio 155
Estado de Pérdidas y Ganancias 157
Estado de flujo de caja 158
Indicadores Financieros 159
Conclusiones 162
Recomendaciones 164
Bibliografía 166
Anexos 173

Índice de Tablas

Tabla 1. Ingredientes y sus cantidades para la elaboración del producto 40
Tabla 2. Prototipo empaque para Salud&Pizza 42
Tabla 3. Cuestionario para entrevista a Gastroenterólogo 70
Tabla 4. Cuestionario para entrevista a paciente celíaco 74
Tabla 5. Cuestionario para entrevista a chef profesional 77
Tabla 6. Guía para el desarrollo del Grupo Focal 81
Tabla 7. Guía para el proceso de degustación 92
Tabla 8. Perfil del cliente (Product-Market Fit) 100
Tabla 9. Estructura Organizativa y Porcentaje de Acciones de Salud&Pizza 129
Tabla 10. Objetivos específicos del Plan Estratégicos de Marketing 131
Tabla 11. Características del mercado meta de “Salud&Pizza” 132
Tabla 12. Comparativa de productos y marcas competidores de "Salud&Pizza" 135
Tabla 13. Datos para el cálculo del tamaño de mercado 138
Tabla 14. Cálculo del tamaño de mercado (TAM, SAM, SOM) 139
Tabla 15. Estrategias de marketing por etapa de lanzamiento de “Salud&Pizza” 143
Tabla 16. Estrategias de diferenciación de "Salud&Pizza" 144
Tabla 17. Presupuesto de la campaña de marketing de "Salud&Pizza" 147
Tabla 18. Balance inicial de "Salud&Pizza" 152
Tabla 22. Inflación proyectada (2024-2029) 154
Tabla 19. Estado de costos de producción 154
Tabla 20. Determinación de precio de venta de "Salud&Pizza" 154
Tabla 21. Proyección de ventas, periodo de 5 años 155
Tabla 23. Datos para el cálculo del Punto de Equilibrio (PE) 155
Tabla 24. Cálculo del punto de equilibrio 156
Tabla 25. Datos para gráfico del PE 156
Tabla 26. Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado a 5 años 157
Tabla 27. Flujo de Caja proyectado a 5 años 158
Tabla 28. Indicadores Financieros 159
Tabla 29. Cálculo del CAPM 160
Tabla 30. Cálculo del WACC 160

Índice de Figuras

Figura 1. Información nutricional de la harina de garbanzo....22
Figura 2. Customer Profile de Salud&Pizza....26
Figura 3. Clasificación de trabajos, dolores y ganancias....28
Figura 4. Previsión de crecimiento del mercado de alimentos sin gluten para el 2030....31
Figura 5. Árbol del problema....32
Figura 6. Logo del prototipo....40
Figura 7. Infografía para la "Experiencia Salud&Pizza"....45
Figura 8. Lienzo Lean Canvas....49
Figura 9. Matriz PESTEL....54
Figura 10. Cinco Fuerzas de Porter....59
Figura 11. Matriz FODA....62
Figura 12. Entrevista al Gastroenterólogo Ronald Mosquera Avilés, Médico Especialista....72
Figura 13. Entrevista al Gastroenterólogo Ronald Mosquera Avilés, Médico Especialista....72
Figura 14. Paciente con enfermedad celíaca, Alex Aulla Allauca....75
Figura 15. Paciente con enfermedad celíaca, Alex Aulla Allauca....76
Figura 16. Entrevista al chef Profesional Jhonny Villalta....79
Figura 17. Participantes del grupo focal....84
Figura 18. Presentación de la masa Salud&Pizza....86
Figura 19. Dinámica de degustación de Salud&Pizza por los participantes....87
Figura 20. Presentación del empaque de Salud&Pizza....88
Figura 21. Masa para la degustación (sin toppings)....94
Figura 22. Pizza elaborada con Salud&Pizza (masa de pizza y toppings añadidos)....95
Figura 23. Participante del proceso de degustación, Inés Arámbulo....95
Figura 24. Participante del proceso de degustación, Juana Vargas....96
Figura 25. Selección de ingredientes....109
Figura 26. Integración de ingredientes adquiridos y aprobados....109
Figura 27. Reposo de la masa....110
Figura 28. División y formación....110
Figura 29. Precocción de la masa....111
Figura 30. Empaque y etiquetado....111

Figura 31. Producto envasado al vacío listo para congelar 112
Figura 32. Inicio de landing page 117
Figura 33. Propuesta de valor en landing page y llamado a la acción 117
Figura 34. Información sobre el producto 118
Figura 35. Testimonios de clientes 118
Figura 36. Certificaciones del producto 119
Figura 37. Localización del producto y llamado a la acción 119
Figura 38. Local en La Garzota I para producción de Salud&Pizza 122
Figura 39. Mapa de Procesos 124
Figura 40. Flujograma del proceso productivo 126
Figura 41. Organigrama 127
Figura 42. Visualizador del INEC (Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo) 133
Figura 43. Visualizador del INEC (Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo) 134
Figura 44. Tamaño de mercado (TAM, SAM, SOM) 139
Figura 45. Estrategia de Marketing Mix para “Salud&Pizza: El placer de comer sin gluten” 140
Figura 46. Objetivos de las etapas de lanzamiento del producto 142
Figura 47. Simulador de préstamo obtenido de Banco Pichincha 153
Figura 48. Gráfico del PE 157

Introducción

Hoy en día, el interés por la salud y las restricciones dietéticas es cada vez mayor, por lo que resulta esencial desarrollar alternativas sin gluten que puedan ofrecer una experiencia culinaria satisfactoria. Esto es especialmente importante para las personas que padecen la enfermedad celíaca, ya que necesitan seguir una dieta sin gluten para prevenir problemas de salud y síntomas negativos. Según Real y Aguilera (2021), los obstáculos más comunes para seguir esta dieta son el elevado precio de los productos sin gluten, la falta de conocimientos sobre la enfermedad celíaca y las limitadas opciones disponibles en restaurantes y supermercados.

Por lo tanto, es crucial que la industria alimentaria y los establecimientos de restauración se ajusten a estas necesidades ofreciendo productos asequibles y con un sabor agradable que satisfagan las necesidades dietéticas de esta población. En este contexto, esta propuesta ofrece una combinación única de ingredientes como la harina de garbanzo y el aceite de oliva, garantizando no sólo la ausencia de gluten sino también un alto nivel de valor nutricional. Esta innovación pretende preservar el sabor, la textura y el aroma de la pizza tradicional al tiempo que la transforma en una alternativa segura y nutritiva.

Salud&Pizza es un concepto de producto que pretende destacar en el mercado por su alto aporte de proteínas vegetales, fibra y nutrientes esenciales. Su objetivo es atraer no sólo a los celíacos, sino también a otras personas que buscan opciones dietéticas más saludables. Del mismo modo, el uso de ingredientes locales y métodos de producción artesanales fomenta la sostenibilidad y el crecimiento de la economía nacional, al tiempo que garantiza mayores niveles de seguridad.

El objetivo de este proyecto es ofrecer un producto flexible y sin gluten que mejore significativamente la calidad de vida de las personas con restricciones alimentarias o que buscan opciones dietéticas más saludables. Este producto combina sabor, seguridad alimentaria y beneficios nutricionales en cada porción, satisfaciendo las necesidades de una población cada vez más concienciada sobre cómo cuidar su salud y bienestar.

Objetivo General

Elaborar una masa de pizza a base de harina de garbanzos, libre de gluten, para ofrecer una alternativa deliciosa y saludable.

Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado integral para identificar las necesidades, preferencias y problemáticas del público objetivo en la ciudad de Guayaquil.
- Definir y comunicar claramente las características únicas de las masas de pizza Salud&Pizza, destacando su alto valor nutricional, el uso de harina de garbanzo y ser libre de gluten.
- Diseñar una estrategia de marketing que abarque acciones específicas en medios digitales y físicos, incluyendo campañas en redes sociales orientadas a incrementar la visibilidad de la marca, participación en ferias de alimentos y promociones en puntos de venta locales.
- Desarrollar un análisis financiero detallado que incluya proyecciones de ingresos y gastos, identificación de costos de producción y establecimiento de un margen de rentabilidad, para corroborar la viabilidad del producto en el largo plazo.

Fase 1. Empatía

Investigación documental

Enfermedad celíaca y la dieta sin gluten

La celiaquía es un trastorno autoinmune que afecta a personas con predisposición genética, en las que la ingesta de gluten provoca daños en las vellosidades intestinales. Esto provoca diversas deficiencias nutricionales y problemas de absorción de los alimentos. Con una prevalencia de alrededor del 1%, el diagnóstico ha aumentado, lo que pone de relieve la importancia de seguir una dieta estricta sin gluten, que es el único tratamiento eficaz. Por otra parte, la intolerancia al gluten, aunque distinta de la celiaquía, también ha atraído más atención porque muchas personas presentan síntomas comparables sin mostrar las típicas lesiones intestinales. Esta circunstancia ha aumentado la demanda de productos sin gluten para ambos grupos (De la Calle et al., 2020).

La prevalencia de la EC en América Latina, incluido Ecuador, es comparable a la de Europa, con estimaciones que indican que entre el 0,5 % y el 1 % de la población general podría estar afectada. De acuerdo con Chonillo et al. (2022), esto implica que aproximadamente 1 de cada 100 personas podría recibir este diagnóstico. Este paralelismo sugiere que, a pesar de las diferencias culturales y genéticas, la frecuencia de la EC es similar, lo que subraya la necesidad de que los profesionales de la salud estén alertas a los síntomas y lleven a cabo pruebas diagnósticas adecuadas.

Aunque no existen cifras específicas actuales sobre la prevalencia de enfermedad celíaca en Ecuador, Reimundo (2017), realizó un estudio en el que se estimó que dos de cada 256 habitantes padecían esta enfermedad, resultando en un total inicial de 125.000 personas con este diagnóstico. Esta cifra subraya la necesidad de generar conciencia y

proporcionar opciones alimenticias apropiadas para aquellos que sufren de esta enfermedad como la harina de arroz que se puede emplear en una variedad de preparaciones; así como, la harina de soja que se destaca como una opción nutritiva, combinadas con féculas de maíz o papa para optimizar la textura de los productos horneados.

Para las personas que padecen la enfermedad celíaca, la dieta sin gluten (DSG) representa el tratamiento esencial y aporta beneficios específicos. La eliminación del gluten mediante la DSG ayuda a mitigar síntomas gastrointestinales como la diarrea, el dolor abdominal y la hinchazón, y favorece la recuperación de la mucosa intestinal afectada. Esto aumenta la absorción de nutrientes y optimiza la salud intestinal en general. Además, esta dieta puede influir favorablemente en la microflora intestinal, acercándola a un estado comparable al de los individuos sanos, y contribuye a prevenir complicaciones a largo plazo relacionadas con la EC, como la malnutrición o el aumento del riesgo de padecer ciertos tipos de cáncer. Además, muchos pacientes informan de una mejora significativa de su calidad de vida y bienestar general, sintiéndose más sanos y vitales al adoptar la DMG (Pascual, 2023).

No obstante, seguir una dieta sin gluten (DSG) sin una guía profesional puede acarrear riesgos nutricionales importantes, como desequilibrios por la pérdida de nutrientes principales como vitaminas, hierro y fibra, lo que puede llevar a deficiencias. Los productos “sin gluten” a menudo contienen más azúcares y grasas, y menos proteínas y carbohidratos, resultando en una dieta menos equilibrada y más calórica. Pascual (2023), argumenta que la falta de variedad alimentaria puede aumentar el riesgo de deficiencias nutricionales, y algunas personas pueden experimentar problemas gastrointestinales si no saben seleccionar adecuadamente los alimentos.

En este sentido, la creciente concientización acerca de la EC y la intolerancia al gluten ha provocado un incremento en la necesidad de alternativas de alimentos sin gluten seguras y deliciosas. Es posible elaborar alimentos enriquecidos con vitaminas y minerales para suplir las deficiencias nutricionales de los celíacos. Las compañías pueden ofrecer recursos educativos acerca de la elección de alimentos y dieta saludable, así como servicios de orientación nutricional personalizada. El avance en la creación de sustitutos del gluten, como la harina de garbanzos o las legumbres, también puede captar la atención de un público más extenso que busca alternativas nutritivas.

Por lo tanto, elaborar una masa de pizza utilizando harina de garbanzos tiene el potencial de atender las necesidades de los pacientes celíacos, ya que es naturalmente libre de gluten. Esta alternativa ofrece importantes beneficios nutricionales, como un mayor contenido de proteínas y fibra en comparación con las harinas de trigo tradicionales. Al seleccionar ingredientes certificados como libres de gluten, se asegura la seguridad y calidad del producto final, eliminando cualquier riesgo de contaminación cruzada.

Beneficios nutricionales de la harina de garbanzo

El empleo de harina de garbanzo en la alimentación aporta diversos beneficios nutricionales que van mucho más allá de su uso en crackers. Destaca por su elevado contenido de proteínas vegetales, lo que la posiciona como una alternativa ideal para enriquecer panes, pastas y galletas. Asimismo, su considerable aporte de fibra dietética no solo mejora la estructura y consistencia de estos alimentos, sino que también contribuye a una mejor salud digestiva y al control del apetito, lo que los hace más saciantes y nutritivos (Roig, 2020).

Figura 1. Información nutricional de la harina de garbanzo

Valores por 100 gramos
Calorías: 387
Grasas totales: 7 g
Ácidos grasos saturados: 0.7 g
Colesterol: 0 mg
Sodio: 64 mg
Potasio: 846 mg
Carbohidratos: 58 g
Fibra alimentaria: 11 g
Azúcares: 11 g
Proteínas: 22 g

Nota: Elaborado por autores. Información obtenida de FoodData Central (2024)

Así mismo, la harina de garbanzo es rica en antioxidantes y otros nutrientes importantes para la salud, lo que la convierte en un ingrediente esencial en la producción de alimentos sin gluten y más saludables. De acuerdo con Roig (2020), su inclusión en la dieta se ha relacionado con la prevención de diversas afectaciones metabólicas. Por lo tanto, utilizar harina de garbanzo en una amplia gama de productos, desde tortillas y empanadas hasta batidos y snacks, no solo enriquece su perfil nutricional, sino que también promueve una alimentación más equilibrada y beneficiosa para la salud.

Segmento de estudio

El segmento de estudio para la masa de pizza a base de harina de garbanzo está conformado por las personas que padecen enfermedad celíaca e intolerancia al gluten, ya que estas condiciones afectan significativamente la calidad de vida y limita sus opciones alimentarias. Así como otros segmentos que demandan productos que sean elaborados con ingredientes naturalmente libres de gluten y que garanticen su seguridad alimentaria.

Clasificación

a. Personas entre 18 y 65 años, abarcando todos los géneros, principalmente ubicados en el sector norte de la ciudad de Guayaquil.

b. Con educación secundaria o superior, debido a que poseen un mejor entendimiento de condiciones médicas como la enfermedad celíaca, y una mayor disposición para invertir en productos que sean beneficiosos para su salud.
c. Pacientes con enfermedad celíaca diagnosticada, ya que para ellos evitar el gluten en la alimentación es una necesidad médica, y requieren productos que cuenten con la garantía de ser elaborados bajo procesos en los que no exista contaminación cruzada.
d. Personas intolerantes al gluten buscan sustitutos que sean seguros y nutritivos; valoran los componentes orgánicos, mostrando adaptabilidad en sus elecciones y al mismo tiempo atentos a la excelencia.
e. Incluso aquellas que, aunque no poseen ninguna necesidad médica para evitar el consumo de gluten, están interesados en alternativas de comida que posean más características nutricionales y que sean balanceadas.
f. También las personas que siguen dietas especiales como, vegetarianos, veganos o aquellos que prefieren alimentos orgánicos y con ingredientes naturales.

Necesidades del segmento

a. Alternativas de productos saludables sin gluten: Hay una creciente demanda de productos sin gluten. De acuerdo con Arroyo (2020), la oferta de estos productos ha crecido en respuesta a dicha demanda, la cual no solo se atribuye al aumento de casos de enfermedad celíaca, sino también a una tendencia social más amplia que relaciona la ausencia de gluten con una alimentación más saludable.
b. Disminución de consumo de azúcares y grasas saturadas: Pascual (2023) explica que numerosos productos sin gluten en el mercado suelen tener altos niveles de

azúcares y grasas saturadas. Esto ocurre porque, para compensar la ausencia de gluten y mejorar tanto la textura como el sabor, los fabricantes frecuentemente incorporan ingredientes que pueden elevar el contenido calórico y de grasas.

c. Acceso a productos elaborados con ingredientes naturales: Se resalta la importancia de incluir alimentos variados en la dieta diaria, como las frutas y los vegetales, que sean ricos en vitaminas, minerales y fibra. Elegir alimentos frescos y menos procesados contribuye al control del peso y aumenta la energía, lo cual es crucial para el rendimiento escolar y la actividad física (Ramos, 2022).
d. Productos sin gluten innovadores: Según Poveda (2024), es necesario innovar en la elaboración de productos libres de gluten, incorporando ingredientes fortificados que aumenten el contenido de fibra y micronutrientes, además de desarrollar alternativas que sean tanto deliciosas como nutritivas.
e. Educación nutricional: Es imperativo que quienes tengan un diagnóstico de enfermedad celíaca o intolerantes al gluten reciban una guía profesional para la correcta lectura de información nutricional de productos.

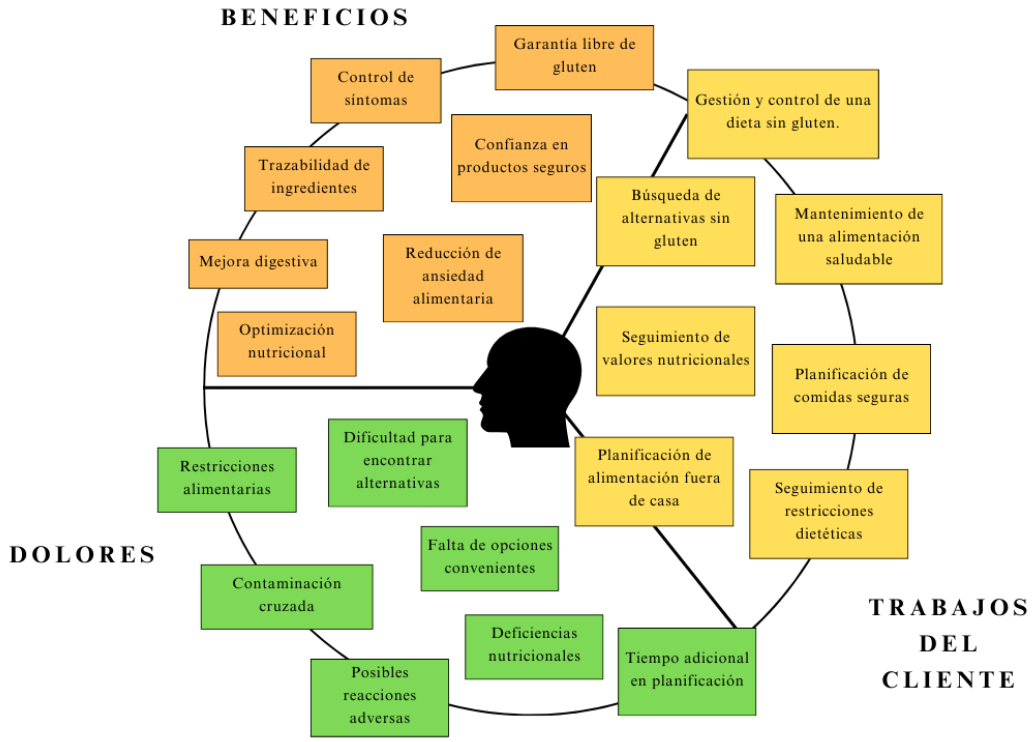
Características relevantes

a. Las personas con EC o intolerantes al gluten son propensas a desarrollar una fuerte lealtad hacia las marcas que demuestran ser seguras y confiables para su alimentación; por ello, están dispuestas a pagar precios más altos por productos que garanticen calidad y seguridad. Así mismo, estos consumidores realizan investigaciones sobre nuevos productos antes de probarlos y tienden a hacer compras de manera más planificada y de forma más regular.

b. Mantienen un estilo de vida consciente y disciplinado en relación con su alimentación. Normalmente, son activos en la búsqueda de información relacionada con temas de salud y nutrición, además, suelen participar en comunidades y comunidades de apoyo en los que se abordan estos tópicos.
c. Buscan productos que les faciliten llevar una vida social normal sobre todo al momento de compartir alimentos, esto solo les permite disfrutar de la comida junto con su entorno y, además, favorece su bienestar emocional y su salud mental.
d. Valoran la transparencia sobre los ingredientes utilizados para elaborar sus productos y sobre el proceso de fabricación; Además, prestan más atención a la calidad de los productos que consumen.
e. Se interesan por alternativas de comida que puedan ajustarse a sus necesidades, restricciones y preferencias alimentarias, sin dejar a un lado características fundamentales como el sabor, la textura y la apariencia. Para este segmento, la combinación de nutrición y calidad es relevante para analizar y elegir sus opciones de consumo.

Perfil del cliente

Figura 2. Customer Profile de Salud&Pizza



Nota: Elaborado por autores

Trabajos del cliente

a. Gestión y control de una dieta que incluya alimentos libres de gluten.
b. Búsqueda de alternativas sin gluten para el control de síntomas asociados con el diagnóstico de enfermedad celíaca e intolerancia al gluten, y dietas específicas.
c. Seguimiento de restricciones dietéticas guiadas por un profesional en el caso de personas celíacas e intolerantes al gluten, y personas con dietas específicas.
d. Mantenimiento de una alimentación saludable mediante el consumo de alimentos ricos en vitaminas, nutrientes y fibra.
e. Seguimiento de valores nutricionales que resaltan la importancia de transparencia en la información de los productos.
f. Planificación de comidas seguras.

g. Planificación de alimentación fuera de casa evitando el consumo de alimentos que incluyan gluten en alguno de los ingredientes utilizados en su preparación.

Dolores

a. Restricciones alimentarias asociadas con la enfermedad celíaca e intolerancia al gluten, y seguimiento de dietas específicas.
b. Falta de opciones convenientes para su consumo asociadas con las restricciones alimentarias.
c. Dificultad para encontrar alternativas debido a la falta de opciones que cumplan con sus requerimientos nutricionales en el mercado.
d. Contaminación cruzada dentro del proceso de producción provocada por la mala gestión de insumos y almacenaje.
e. Posibles reacciones adversas por el consumo de productos que no tengan la información disponible o hayan sido poco investigados por el consumidor.
f. Deficiencias nutricionales por el bajo consumo de alimentos que pueden aportar más nutrientes, vitaminas y fibras.
g. Tiempo adicional requerido para la planificación de compras y preparación de alimentos debido a las restricciones alimentarias por diagnóstico o estilo de vida.

Ganancias

a. Control de síntomas en el caso de personas con diagnóstico de enfermedad celíaca, y aquellos con restricciones alimentarias.
b. Garantía de que el producto es libre de gluten.
c. Confianza en productos elaborados bajo procesos seguros.

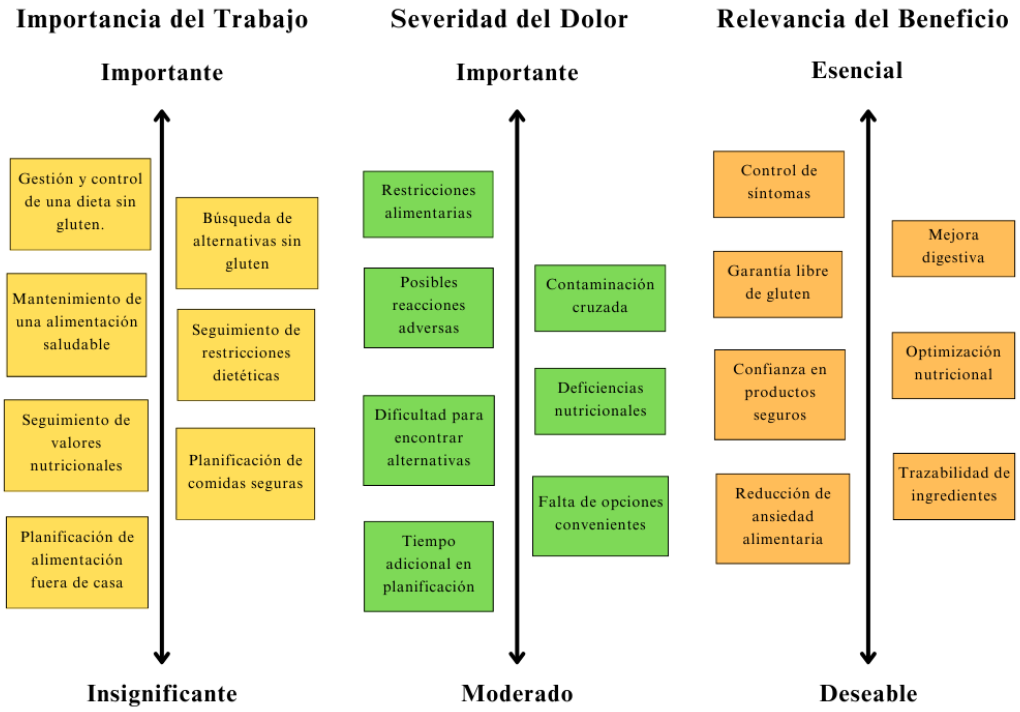
d. Trazabilidad de los ingredientes que le permita al consumidor, conocer el origen de los insumos utilizados en la elaboración del producto, incluyendo la información nutricional.

e. Mejora digestiva por consumir alimentos ricos en nutrientes, vitaminas y fibra.

f. Optimización nutricional asociada con la mejora de consumo de alimentos.

g. Reducción de ansiedad alimentaria debido al acceso a productos libres de gluten, nutritivos y saludables.

Figura 3. Clasificación de trabajos, dolores y ganancias



Nota: Elaborado por autores

Fase 2. Identificación del problema

Problemas del segmento seleccionado

1. Falta de alternativas saludables en comida rápida y preparada. En particular, las opciones sin gluten son un problema significativo para las personas celíacas.
2. De acuerdo con Merino (2020), la mayoría de las empresas no especializadas no ofrecen productos sin gluten, y muchas de ellas incluso no garantizan la falta de contaminación cruzada y la mayoría es incluso responsabilidad del propio cliente.
3. Aunque la mayoría de los celíacos cocinan sus propios productos sin gluten en casa, el acceso a estos alimentos en restaurantes y tiendas es aún insuficiente.
4. Por otro lado, la mayoría de los restaurantes que ofrecen alimentos sin gluten no se especializan en ellos, lo que representa un riesgo adicional.

Selección del problema con potencial de mercado

Las personas con enfermedad celíaca (EC) y sensibilidad al gluten no celíaca (SGNC) deben adoptar una dieta estricta para evitar síntomas adversos y posibles complicaciones, ya que estas afecciones crónicas afectan el intestino delgado y se activan por la ingestión de gluten en individuos con predisposición genética. Según Moreno y Sousa (2020), es crucial que estas personas dispongan de opciones alimentarias seguras y equilibradas, dado que el gluten está ampliamente presente en alimentos cotidianos, lo que limita significativamente su variedad alimenticia y afecta su calidad de vida. Asimismo, el incumplimiento de esta dieta puede ocasionar recaídas en los síntomas y generar problemas de salud a largo plazo, resaltando la necesidad de educación y apoyo en la gestión de estas condiciones.

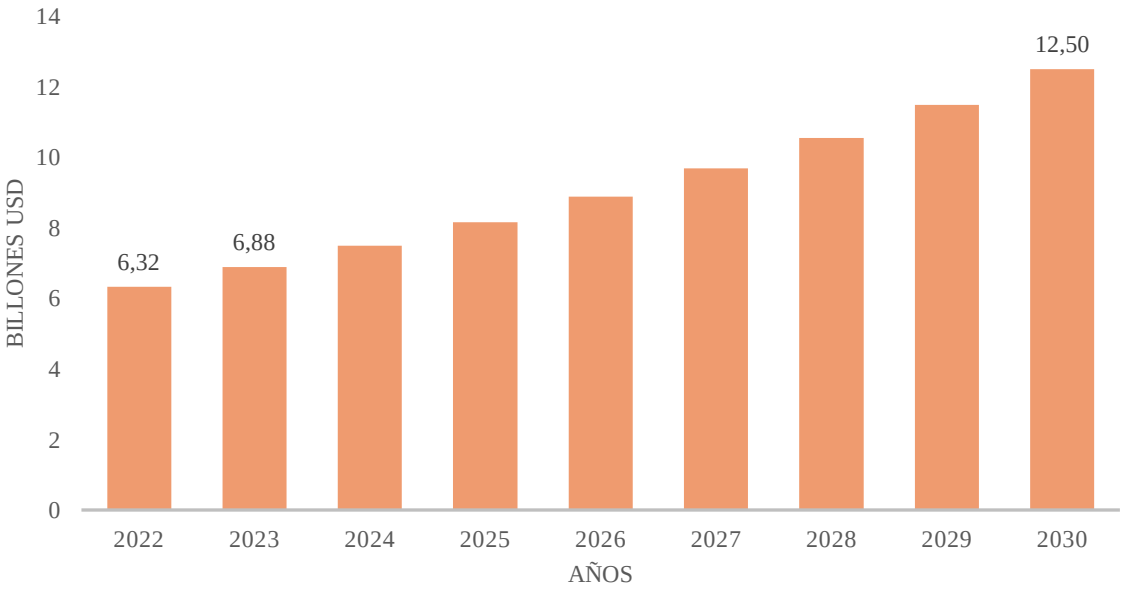
El reto de encontrar alternativas saludables y apetitosas para las personas celíacas es significativo. Muchos productos etiquetados como libres de gluten suelen ser hipercalóricos

y contienen niveles elevados de azúcares, grasas saturadas y sodio, lo que puede tener un impacto negativo en su salud. Además, a menudo carecen de nutrientes esenciales como proteínas, fibra y determinados micronutrientes, comprometiendo la calidad nutricional de la dieta de quienes dependen de estos productos. Aunque la demanda de alimentos sin gluten ha aumentado notablemente, esto no siempre se traduce en opciones más saludables, según señala Jiménez (2023).

De acuerdo con información en sitios de comida local, en la Provincia de Guayas, existen apenas 20 restaurantes que ofrecen opciones de comida sin gluten.

En este contexto, la necesidad de alimentos libres de gluten ha impulsado a los productores a expandir su gama de productos, incorporando artículos como pan y pastas en supermercados y tiendas de conveniencia. Además, se ha incrementado la oferta de mezclas para hornear, como masas para pizza, y harinas alternativas, como la de garbanzo. Se espera que la demanda continuará en aumento conforme los consumidores se conozcan acerca de los impactos del gluten en la salud; no obstante, se prevé además que el elevado precio de estos productos podría restringir el avance del mercado (Saket, 2024).

Figura 4. Previsión de crecimiento del mercado de alimentos sin gluten para el 2030

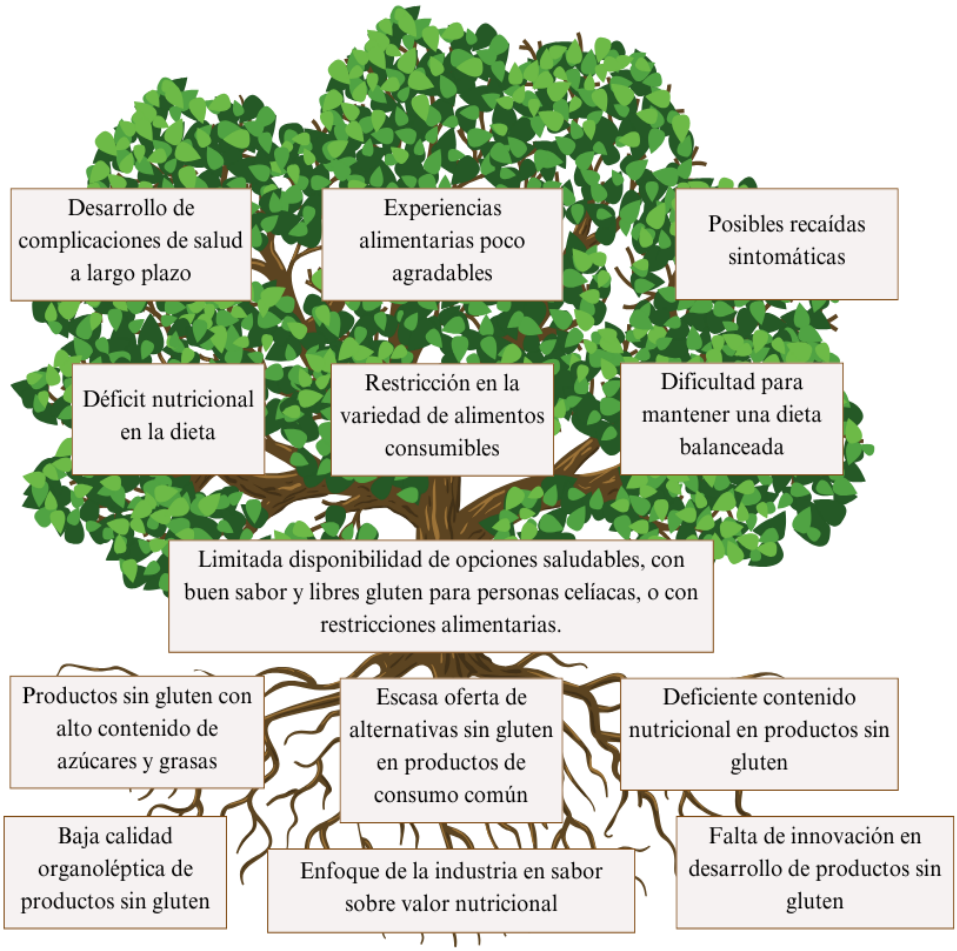


Nota: Elaborado por autores. Información adaptada de*" Mercado* de alimentos sin gluten" (Saket, 2024)

Se prevé un crecimiento del mercado de alimentos sin gluten de un 8,90% hasta el 2030.

Se plantea una oportunidad de negocio para desarrollar una masa de pizza sin gluten y más nutritiva a partir de harina de garbanzo. Gracias a esta alternativa, las personas celíacas o intolerantes al gluten podrán disfrutar de una alternativa segura, saludable y deliciosa al plato tan común de la pizza tradicional. El uso de polvo de judía verde aumenta el valor nutricional así como mejora la textura y el sabor, satisfaciendo las expectativas de los consumidores y mejorando así su calidad de vida.

Figura 5. Árbol del problema



Nota: Elaborado por autores

Propuesta Inicial

Ante la constante demanda de alternativas saludables y libres de riesgos para aquellos que padecen celiaquía e intolerancia al gluten, se ha desarrollado una propuesta innovadora que permita transformar el concepto de los productos que no contienen gluten. Si bien las propuestas que se plantean a continuación buscan resolver el problema esencial de brindar opciones nutritivas y deliciosas a los consumidores con enfermedad celíaca, y restricciones alimentarias por intolerancia o regímenes dietéticos, también incluyen aspectos de innovación en la formulación y producción de los alimentos, mediante la

implementación de procesos que siguen las normas necesarias para evitar la contaminación cruzada.

1. Masa base para pizza elaborada a base de harina de garbanzo.
2. Pasta precocida de lasaña con harina de arroz integral.
3. Masa para empanadas elaboradas con harina de garbanzo.
4. Mermelada de piña y naranja libre de gluten
5. Galletas de quinoa con trozos de frutos rojos sin gluten
6. Mezcla para tortas de harina de almendra con chocolate libre de gluten
7. Ravioles elaborados con harina de garbanzo rellenos de vegetales.
8. Pulpa de guanábana elaborada con agua de coco.
9. Salsa de yogurt griego con hierbas deshidratadas para ensaladas.
10. Palmitos deshidratados en conserva.

Fase 3. Idea de Negocio

¿Qué van a ofrecer?

A pesar de la creciente demanda, los productos sin gluten que son de consumo común como la pizza, tienen una oferta limitada; lo que representa una problemática para las personas celíacas, y aquellas que llevan regímenes de dieta específicos o tienen restricciones alimentarias que les impide incluir gluten en sus alimentos. Restaurantes y locales de comida rápida no disponen de alternativas sin gluten o no aseguran la seguridad en su preparación, lo que conlleva un riesgo de contaminación cruzada para esta población. Esta falta de opciones adecuadas no solo impacta de forma negativa en la calidad de vida de las personas que no pueden consumir productos con gluten, sino que también restringe su capacidad para disfrutar de comidas comunes (Merino, 2020).

La oferta se centra en la elaboración de masa de pizza a base de harina de garbanzo, garantizada sin gluten. Este producto está destinado a personas con necesidades nutricionales especiales, entre las que se incluyen: personas celíacas e intolerantes al gluten, así como a un público más amplio que busca opciones de comidas más saludables y nutritivas. Salud&Pizza es una iniciativa en el mercado de alimentos sin gluten, brindando una alternativa saludable y deliciosa para personas con dietas especiales; además, el objetivo es cumplir con los requisitos de seguridad alimentaria y mejorar la experiencia culinaria en este segmento.

Además, se baraja la posibilidad de diversificar la presentación del producto, procesando distintos tipos de harina, incluida la integral, así como conservándola con hierbas o especias, manteniendo la esencia de la pizza tradicional, que no sólo mejora el valor nutricional del producto, pero también atrae la atención de los consumidores que

quieren experimentar con nuevas combinaciones sin comprometer su salud ni su alimentación.

¿Cuáles son las características de la propuesta?

a. Mejora nutricional: La masa de pizza elaborada con harina de garbanzo representa una valiosa fuente de proteínas de origen vegetal y fibra dietética. Para asegurar que las dietas sean equilibradas y adecuadas desde un punto de vista nutricional, es fundamental emplear ingredientes de alta calidad que contribuyan al bienestar integral.
b. Alto valor nutricional de la harina de garbanzo: Este ingrediente destaca por su elevado contenido de proteínas vegetales, aportando aproximadamente 22 gramos por porción. Además, su elevada concentración de fibra, con un promedio de 11 gramos por porción, lo posiciona como una opción adecuada para quienes desean mantener una alimentación sana y baja en calorías.
c. Certificación libre de gluten: Es esencial que este producto cuente con certificaciones oficiales emitidas por entidades reguladoras reconocidas. Esto resulta crucial para garantizar la seguridad alimentaria de consumidores con enfermedad celíaca o sensibilidad al gluten, promoviendo su confianza en este alimento.
d. Mínimo riesgo de contaminación cruzada: La producción de la masa se llevará a cabo en instalaciones dedicadas exclusivamente a alimentos libres de gluten, lo que permitirá minimizar significativamente el riesgo de contaminación cruzada y fortalecerá la seguridad del producto frente a individuos con restricciones alimentarias específicas.

e. Trazabilidad de ingredientes: Contar con un sistema integral de trazabilidad asegura un monitoreo adecuado de todos los componentes utilizados, desde su origen hasta el producto terminado. Esto fomenta la transparencia en los procesos productivos y refuerza la confianza del consumidor hacia la calidad y seguridad del producto final.

f. Reducción en el consumo de azúcares: Debido a su bajo índice glucémico, la harina de garbanzo constituye una alternativa óptima para personas interesadas en controlar los niveles de glucosa en sangre. Esto contribuye no solo a una dieta más saludable, sino también a un equilibrio nutricional sostenido.

g. Textura y sabor de la masa: La textura debe emular de manera precisa la consistencia característica de una masa de pizza tradicional. Asimismo, la combinación artesanal de ingredientes permite preservar y realzar los sabores distintivos del producto, garantizando una experiencia culinaria satisfactoria.

¿Cuál es la propuesta de valor específica?

En un entorno en el que la alimentación saludable y el cuidado de condiciones médicas con factores de riesgo asociados con la alimentación, la propuesta de elaborar una masa de pizza a base de harina de garbanzo, se presenta como una idea innovadora para satisfacer las necesidades alimentarias del segmento seleccionado, que incluye personas con enfermedad celíaca, intolerancia al gluten, aquellos con dietas específicas como veganos, y vegetarianos; así como, los individuos que consumir productos saludables y nutritivos; para quienes las opciones de mercado son limitadas.

La receta de masa de pizza, elaborada de forma artesanal, combina ingredientes ricos en valores nutricionales como la fibra y las proteínas, además de ser naturalmente libres de

gluten. Además, garantiza la experiencia de consumir un producto con la misma textura y sabor que la pizza tradicional sin poner en riesgo sus restricciones alimentarias, sea por recomendación médica, o simplemente para mantener un régimen adecuado de alimentación.

Incluir ingredientes de producción 100% natural y nacional en la elaboración de Salud&Pizza no solo favorece la sostenibilidad ambiental, sino que también aporta positivamente a la economía nacional. Al seleccionar productos cultivados y producidos en Ecuador, se disminuye la huella de carbono relacionada con el transporte internacional de alimentos, lo que resulta beneficioso para el medio ambiente. Además, al colaborar activamente con proveedores locales como agricultores y productores, se impulsa el desarrollo económico del país, creando empleo y promoviendo el comercio local.

Impacto social

La masa de pizza de garbanzos es una alternativa alimenticia importante para las personas que siguen la dieta cetogénica. Al ofrecer un producto alternativo, podemos diversificar la dieta de quienes necesitan una dieta sin gluten, lo que puede tener un impacto positivo en la salud general. Su presencia en el mercado podría impactar directamente en la calidad de vida de las personas con EC, permitiéndoles disfrutar de alimentos tradicionales sin comprometer su salud.

Además de su valor nutricional, Salud & Pizza también tiene una importante función educativa, animando a la comunidad a comprender la importancia de una dieta libre de gluten y buscar alternativas equilibradas y complementarias. Este producto tiene como objetivo reducir la idea errónea de que los alimentos dietéticos son menos sabrosos que los alimentos convencionales. Esta iniciativa no sólo beneficia a las personas con restricciones

dietéticas, sino que también promueve una cultura alimentaria más consciente y diversa, fomentando la inclusión y el respeto por las diversas necesidades nutricionales de la comunidad.

¿Cuál es el modelo de monetización?

El modelo de monetización se basa principalmente en la venta directa de la masa de pizza a través de distintos canales de distribución. Esto abarca la comercialización en tiendas de alimentos saludables y supermercados locales como:

- Supermaxi
- Mi Comisariato
- Tuti

Al diversificar los canales de venta, se busca ampliar el alcance del producto. Además, se aplicarán estrategias de publicidad y marketing digital para captar la atención de consumidores interesados en opciones sin gluten y saludables.

¿Quién pagaría y por qué?

Las personas que desean alimentos que se adecuen a su dieta específica, están preparado para pagar un costo más elevado por productos que sean seguros y no pongan en riesgo su bienestar. La concientización asociada con las limitaciones alimentarias que supone la enfermedad celíaca y la intolerancia al gluten ha incrementado la necesidad de productos especializados, lo que constituye una considerable oportunidad comercial.

Así mismo, aquellos que conforman una comunidad que busca opciones alimenticias más saludables que, aunque no posean restricciones dietéticas, buscan mantener una adecuada alimentación saludable. Al proporcionar un producto que combina sabor,

seguridad alimentaria y bienestar, se cumple con las demandas de un mercado en expansión que busca opciones más sanas.

Prototipo explicativo

Nombre del producto

Salud&Pizza

Logo del prototipo

Figura 6. Logo del prototipo

Nota: Elaborado por autores

Producto

Masa base para pizza elaborada con harina de garbanzo como ingrediente principal.

Ingredientes para la elaboración del producto

Tabla 1. Ingredientes y sus cantidades para la elaboración del producto

60 g de harina de garbanzo
20 g de harina de arroz
45 g de almidón de tapioca
3,5 g de goma xantana
2 g de sal
3 g de azúcar
1 g de levadura seca
110 g de agua
10 g de aceite de oliva

Elaborado por autores

Proceso de elaboración de la masa

- Se selecciona como ingrediente principal la harina de garbanzos para la receta.
- A continuación, se debe integrar los demás ingredientes, como harina de arroz, aceite de oliva, agua, sal y levadura.
- Se procede a mezclar los ingredientes. Combinando la harina de garbanzos con la de arroz en las proporciones indicadas dentro de un recipiente.
- Agregar la sal y mezclar bien para integrar los ingredientes secos.
- Es necesario hacer un hueco en el centro de la mezcla seca y verter el aceite de oliva junto con el agua. Antes de incorporar la levadura, se activa en agua tibia.
- Se mezclan todos los ingredientes usando un utensilio o las manos hasta formar una masa homogénea.
- La mezcla se amasa durante unos minutos hasta que esté suave y elástica; ten en cuenta que, al no contener gluten, la textura será diferente de la de una masa convencional.
- Deja reposar la masa cubierta con un paño húmedo o dentro de un recipiente cerrado durante unos 30 minutos para facilitar la hidratación de los ingredientes.
- Tras el reposo, divide la masa en porciones según el tamaño deseado para las pizzas.
- Extiende cada porción con un rodillo sobre una superficie ligeramente enharinada (puedes usar harina de arroz para evitar que se pegue) hasta alcanzar el grosor que prefieras.

Modelo de venta

Precocida, congelada.

Empaque

Tabla 2. Prototipo empaque para Salud&Pizza

Característica	Descripción
Tipo de empaque	✔ Fundas al vacío
Descripción general	✔ Empaque ideal para la conservación de alimentos con resistencia mecánica y barrera contra aromas, oxígeno, nitrógeno y CO2
Composición	✔ PEBD como material sellante ✔ Barrera de Nylon para protección de alimentos
Características	✔ Abre fácil horizontal ✔ Selle redondo
Tipos de aditamentos	✔ Frutas y verduras ✔ Congelados ✔ Textiles ✔ Material de oficina
Usos especiales	✔ Quesos ✔ Embutidos, filetes y cortes ✔ Pulpas congeladas, refrigeradas ✔ Apanaduras, harinas no higroscópicas ✔ Cereales, granos secos

Nota: Elaborado por autores. Información obtenida de Alitecno (2024).

Beneficios del empaque para Salud&Pizza

- ✔ Las fundas al vacío son una excelente alternativa de envasado para la masa de pizza precocidas y congelada Salud&Pizza.
- ✔ Este sistema de envasado proporciona una barrera protectora contra elementos como el oxígeno, el nitrógeno y el CO2, esencial para evitar la oxidación y mantener la calidad original del producto.
- ✔ Ofrece protección eficaz contra las quemaduras por congelación al exponerse a bajas temperaturas, un aspecto fundamental para este tipo de productos.

- Proporciona resistencia, lo que garantiza la integridad del producto durante su almacenaje y transporte.
- Brinda una barrera contra aromas externos impidiendo que la masa absorba olores no deseados que pudieran alterar su sabor original.
- El sistema de abre fácil horizontal facilita el uso del consumidor, mientras que la transparencia del material permite la visibilidad del producto, lo que es indispensable para generar confianza en el comprador.

Fase 4. Prototipado

Prototipo de Servicio

Experiencia Salud&Pizza

Este prototipo recrea la experiencia del cliente al realizar un pedido de una pizza elaborada con la masa de "Salud&Pizza". Se centra en el proceso de pedido, la preparación y la entrega de la pizza, así como en la atención al cliente.

Componentes del prototipo

1. Interacción inicial

- Se simula una plataforma online donde los clientes pueden elegir la masa de pizza, personalizar los ingredientes y realizar el pedido.
- El cliente ingresa al sitio web, selecciona masa de pizza de "Salud&Pizza", selecciona toppings y realiza el pago.

2. Proceso de preparación

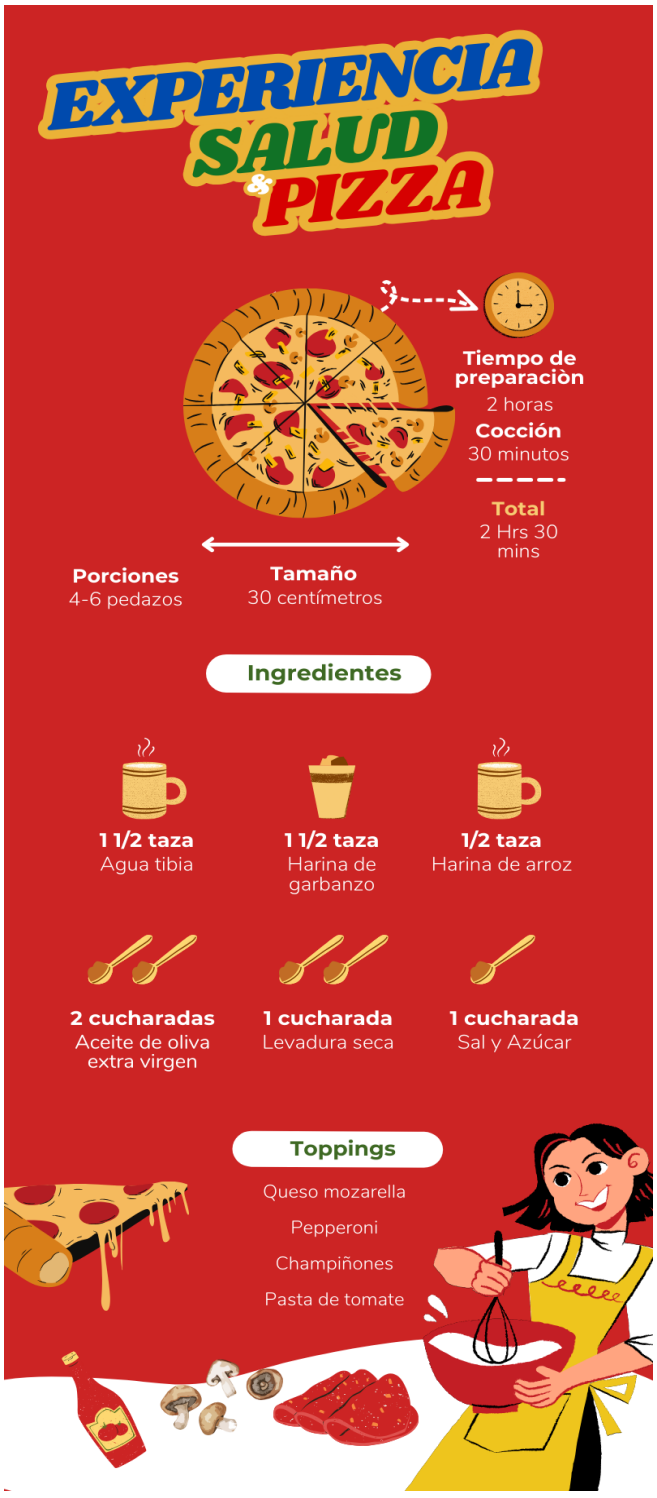
- Se crea un área de cocina donde se demuestra el proceso de preparación de la masa, destacando la higiene y seguridad alimentaria.
- Se puede utilizar un vídeo para demostrar cómo preparar masa de forma segura y colocar los toppings que el consumidor desee, garantizando que se sigan los protocolos de seguridad.
- Además, se entregará una infografía al ingreso de la experiencia, con el detalle del proceso de preparación.

3. Entrega del pedido

- Se simula el proceso de entrega, donde el repartidor entrega la masa de pizza al cliente.
- El cliente contará con un sistema de seguimiento de su pedido.

- Después de la entrega, se envía una encuesta al cliente para calificar su experiencia, calidad del producto y satisfacción general.

Figura 7. Infografía para la "Experiencia Salud&Pizza"



Nota: Elaborado por autores

El prototipo de servicio Salud&Pizza presenta múltiples ventajas en su implementación, ya que no solo complementa la venta directa del producto, sino que también permite analizar y optimizar cada etapa del proceso de interacción con el cliente. Al recrear la experiencia del consumidor, es posible identificar áreas de mejora en el servicio, garantizando que cada punto de contacto, desde el pedido hasta la entrega, sea eficiente y satisfactorio. Esto no solo optimiza la operación, sino que también genera un vínculo emocional con los usuarios, un elemento clave para destacar frente a la competencia.

Además, esta estrategia permite a la empresa anticiparse a posibles inconvenientes y resolverlos antes de que afecten negativamente a los clientes. Contar con un modelo claro del funcionamiento del servicio facilita el desarrollo de programas de capacitación, asegurando que todo el personal esté alineado con los estándares de calidad y atención al cliente. Como resultado, es probable lograr un aumento en la captación de consumidores, potencia la fidelización hacia la marca y fomenta las recomendaciones entre los mismos.

La mejora de la experiencia general del cliente también puede impulsar la compra de productos. Al ofrecer un servicio que cumple, o incluso supera, las expectativas, se promueve la repetición de compras y se atrae a nuevos usuarios. Cuidar cada detalle del proceso, desde la simplicidad para realizar un pedido hasta la calidad en la entrega, puede consolidar a Salud&Pizza como la elección preferida en un mercado con múltiples opciones.

Prototipo funcional

Alternativa de masa de pizza "Salud&Pizza" con Harina de Arroz

1. Introducción

- Prototipo funcional de la masa de pizza a base de harina de arroz.
- Diversificación de la oferta de productos.

2. Ventajas de la Harina de arroz

- Textura y Sabor
- Capacidad de absorción de sabores.
- Rica en carbohidratos complejos.
- Fuente de energía.

3. Combinación de ingredientes libres de gluten

- Mezcla de harina de arroz con otras harinas provenientes de la avena y el garbanzo.
- Utilización de aceite de oliva, azúcar, sal, y levadura seca.
- Creación de una masa de pizza alternativa, nutritiva y libre de gluten.

4. Impacto social

- Dirigido a personas con restricciones alimentarias como enfermedad celíaca e intolerancia al gluten.
- Diferenciación por la utilización de la harina de arroz como ingrediente principal.
- Pueden consumirlo personas con dietas específicas como veganos y vegetarianos.

5. Propuesta de Valor

- Proponer la introducción al mercado de una masa de pizza elaborada a base de harina de arroz.
- Aumentar la oferta de alternativas alimentarias sin gluten.
- Atención a las necesidades del cliente.

Esta opción tiene el potencial de diversificar la oferta de productos sin gluten disponibles, y satisfacer las necesidades de una variedad de consumidores que buscan alternativas con diferentes perfiles nutricionales. La harina de arroz es conocida por su

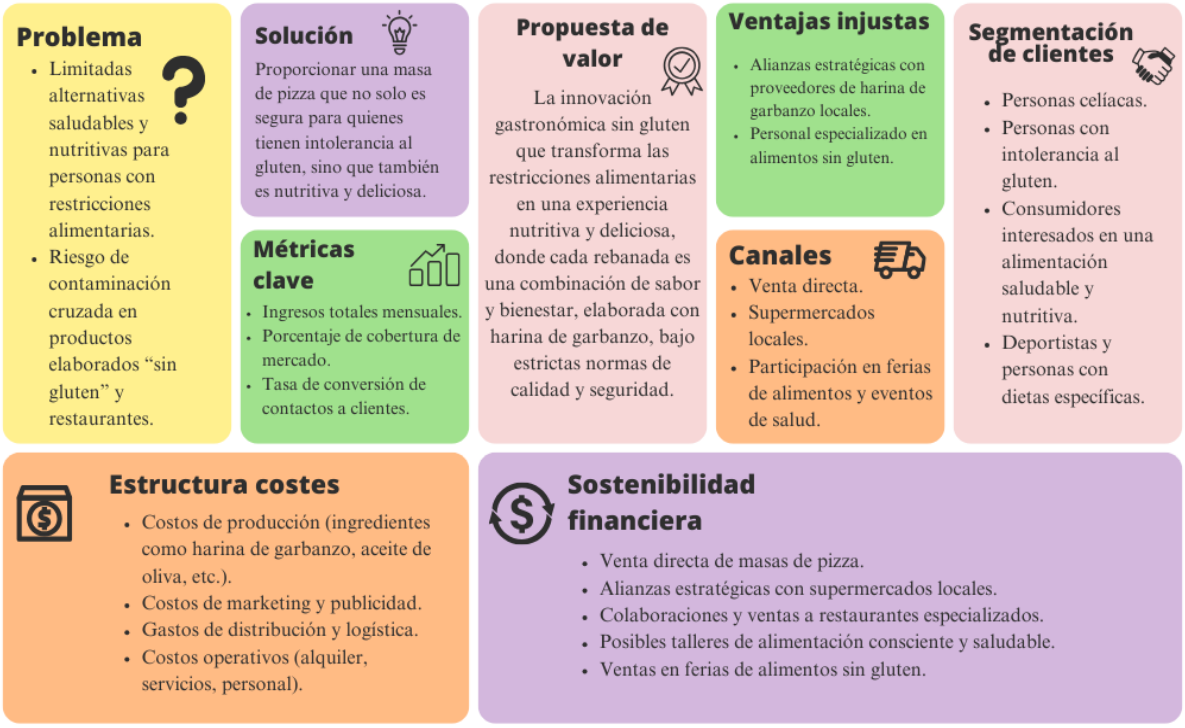
textura ligera y su capacidad de absorción, además de no contener gluten (Hernández, 2022).

La incorporación de harina de arroz en el prototipo funcional ofrece ventajas. En primer lugar, este ingrediente es aceptado y utilizado en diferentes tradiciones culinarias, lo que puede atraer a un público más diverso. De acuerdo con Hernández (2022), la harina de arroz tiene carbohidratos complejos, lo que la convierte en una fuente de energía sostenible, ideal para quienes buscan una dieta equilibrada. Al combinarla con otros ingredientes nutritivos se puede crear una alternativa de alimentación segura para las personas celíacas y con un alto valor nutricional.

La implementación de este modelo funcional con harina de arroz puede aumentar las ventas al atraer a consumidores que buscan opciones más saludables y diversas, lo que permitiría que “Salud&Pizza” puede posicionarse como una marca de alimentos sin gluten que busca solventar las necesidades de los consumidores. Mejorando la satisfacción del cliente y generando más interés en el producto, lo que se traducirá en las ventas y en el aumento de la lealtad a la marca.

Lean Canvas

Figura 8. Lienzo Lean Canvas



Nota: Elaborado por autores

Problema

La disponibilidad limitada de opciones de alimentos sin gluten disminuye las opciones para quienes deben seguir determinadas dietas, como las personas celíacas y las que tienen intolerancia al gluten. Además, el riesgo de contaminación cruzada en productos "sin gluten" y restaurantes especializados es una preocupación importante para los consumidores, que necesitan garantías sobre la seguridad de lo que consumen. Así como, la falta de opciones saludables y nutritivas resalta la necesidad de productos que no sólo sean seguros, sino que también contribuyan a una dieta equilibrada.

Así mismo, el costo de los alimentos sin gluten tiene una relación negativa con la adherencia a la dieta libre de gluten (DLG). Según Parada et al. (2021), el alto precio de estos productos representa una de las principales barreras que enfrentan las personas con

enfermedad celíaca para mantener la DLG. Aquellos que reportaron una adherencia regular o deficiente a la DLG también señalaron con mayor frecuencia que el costo de los alimentos sin gluten es excesivo, lo que complica su capacidad para seguir la dieta. Además, se encontró que esta situación está vinculada a una calidad de vida deficiente en estos pacientes durante la pandemia.

Solución

Por ello, se propone la elaboración de una masa de pizza que combine seguridad alimentaria, nutrición y sabor. Esto permite a los consumidores disfrutar de este tipo de preparaciones sin preocupaciones, lo cual es esencial para quienes deben evitar el gluten. También, la atención a la calidad y el sabor es esencial para atraer y retener clientes.

Las nuevas opciones de alimentos sin gluten son una respuesta a la creciente necesidad de alternativas seguras para las personas celíacas y quienes tienen intolerancia al gluten. Estas opciones no solo elevan la forma de vida de quienes deben seguir una dieta sin gluten, sino que también crean oportunidades para el sector alimentario al diversificar la oferta en supermercados y restaurantes. Asimismo, la llegada de productos certificados puede generar más confianza en los consumidores y promover una mayor inclusión de este segmento en la gastronomía ecuatoriana (Zumba, 2022).

Segmento de clientes

El enfoque de “Salud&Pizza” abarca diversos segmentos de clientes, incluyendo personas celíacas y aquellas con intolerancia al gluten, quienes constituyen el público objetivo principal. Sin embargo, también se dirige a un público más amplio que busca opciones saludables, como deportistas y personas con dietas específicas. Esta diversificación

en los segmentos de clientes permite a la empresa captar un mercado más amplio y satisfacer diversas necesidades dietéticas.

De acuerdo con Zerbini et al. (2024), la mayoría de los consumidores de productos sin gluten no tienen un motivo de salud específico para utilizarlos, ya que sólo alrededor del 1% de la población mundial padece enfermedad celíaca. Sin embargo, se estima que el 25% de la población mundial ha adoptado una dieta sin gluten sin enfermar. Este aumento del consumo se debe a conceptos erróneos sobre los beneficios de una dieta sin gluten, que se considera más saludable y efectiva para controlar el peso. Esto ha llevado a que personas sanas que buscan mejorar su salud mental compren cada vez más estos productos, aunque esta tendencia puede provocar deficiencias nutricionales y otros problemas de salud a largo plazo.

Propuesta de valor

La innovación gastronómica sin gluten que transforma las restricciones alimentarias en una experiencia nutritiva y deliciosa, donde cada rebanada es una combinación de sabor y bienestar, elaborada con harina de garbanzo, bajo estrictas normas de calidad y seguridad.

La innovación en la gastronomía se considera un instrumento para el fomento de innovaciones sociales. Se resalta que la gastronomía tiene la capacidad de impulsar procesos de innovación social, provocando transformaciones en las prácticas alimentarias de una comunidad y enfrentando desafíos significativos como la seguridad alimentaria. Mejía y Maldonado (2020) concluyeron que las características asociadas a la innovación social son aplicables a la innovación social en el ámbito gastronómico, lo que indica que este sector puede ser un medio eficaz para promover el cambio social y mejorar la calidad de vida en las comunidades.

Ventajas injustas

La ventaja diferenciadora de este producto radica en las alianzas estratégicas con proveedores locales de harina de garbanzo que garantizará un suministro constante, de calidad y de buen precio de este ingrediente necesario para la masa de pizza. Además, contar con personal experto en alimentos sin gluten, lo que garantizará la calidad del producto para que satisfagan los requerimientos alimenticios y necesidades de los clientes.

Tener personal especializado en alimentos sin gluten es esencial para asegurar la salud de las personas celiacas, ya que brinda conocimientos específicos sobre la dieta, previene complicaciones graves como el cáncer intestinal y la infertilidad, y proporciona la educación y el apoyo necesarios. La capacitación del personal sanitario mejora la atención a los pacientes, facilitando la identificación de alimentos seguros y la interpretación de las etiquetas de productos. Además, orienta a los pacientes hacia fuentes de información confiables, lo cual es vital, ya que muchos buscan respuestas en Internet para sus dudas alimentarias (Simón, 2024).

Canales de distribución

Se establecieron diversos canales para la distribución del producto, lo que maximiza el alcance del producto. La venta y distribución directa se pueden implementar en supermercados locales a través de alianzas estratégicas. Además, la colaboración por temporadas con restaurantes especializados y la participación en ferias de alimentos sin gluten pueden aumentar la visibilidad del producto y facilitar su acceso a un público más amplio.

Estructura de costos

Incluye costos de producción, marketing, distribución y operación. Es importante considerar este conjunto de rubros, especialmente cuando se utilizan ingredientes como harina de garbanzos y otros ingredientes saludables.

En este sentido, el control efectivo sobre estos gastos es necesario mantener la rentabilidad del negocio, ya que, al realizar un seguimiento detallado de los gastos, es posible identificar tendencias desfavorables, como el incremento de costos o la reducción de ingresos, lo que facilita la toma de decisiones fundamentadas para optimizar recursos y aumentar la eficiencia. También, un control adecuado de los gastos apoya la planificación y creación de presupuestos, garantizando que la empresa disponga del efectivo necesario para cumplir con sus obligaciones y promover su crecimiento a largo plazo (Dobaño, 2024).

Fuentes de ingresos

Los ingresos serán mayormente por la venta directa de masa para pizza, a través de las alianzas establecidas con supermercados locales y participación en ferias en colaboración con la Fundación Celíacos Ecuador. Proporcionando estabilidad financiera, y, además, facilitará la exploración nuevas oportunidades de ingresos, como la realización de talleres de educación sobre alimentación consciente y saludable.

Métricas clave

Para gestionar el flujo de dinero se establecerán métricas clave que se centrarán en los ingresos mensuales totales, el porcentaje de cobertura del mercado y la tasa de conversión de clientes potenciales. La capacidad de la empresa para crear recursos e introducirse en el sector de la alimentación sana se reflejará en los ingresos mensuales totales, que darán una idea clara del éxito financiero. Al determinar las zonas y rutas de

distribución más eficientes para la masa de pizza fabricada con harina de garbanzo, el % de introducción en el mercado aportará datos sobre la expansión de la marca y su alcance geográfico. El análisis de estos indicadores ofrecerá un panorama completo del rendimiento de la empresa, orientando la toma de decisiones estratégicas.

Análisis Macroeconómico – PESTEL

Figura 9. Matriz PESTEL

P	E	S	T	E	L
Regulaciones sobre etiquetado de productos sin gluten.	Fluctuaciones en el costo de ingredientes.	Aumento en la conciencia sobre salud y dietas específicas.	Innovación en ingredientes alternativos.	Productos sostenibles y de origen local.	Ley orgánica del régimen de la Soberanía Alimentaria.
Cambios en las normativas de seguridad alimentaria.	Poder adquisitivo del segmento medio-alto.	Mayor conciencia sobre la salud alimentaria.	Infraestructura de producción especializada.	Empaques eco-amigables.	Certificación Gluten Free.
Políticas de apoyo a emprendimientos locales.	Crecimiento en el mercado de productos saludables.	Creciente preocupación por la salud pública y la nutrición.	Comercio electrónico en la distribución de productos.	Tendencias de consumo sostenible en crecimiento.	Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.
Impacto de subsidios agrícolas.	Inflación	Influencia de las redes sociales.	Uso de herramientas de análisis de datos.	Prácticas empresariales responsables.	Código de Trabajo.
Legislación sobre publicidad y marketing de productos alimenticios.	Costos elevados de producción de opciones sin gluten.	Demanda de alternativas saludables.	Certificaciones de calidad.	Regulaciones ambientales.	Reglamento de Etiquetado de Alimentos Procesados.

Nota: Elaborado por autores

Para el análisis PESTEL se tuvieron en cuenta “factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales” que podrían influir en el plan de negocio de la masa para pizza “Salud&Pizza”.

Factores políticos

Desde una perspectiva política, el aumento de las regulaciones sobre seguridad alimentaria y la promoción de dietas saludables puede favorecer la aceptación de productos sin gluten. Las normativas gubernamentales en el ámbito alimentario son esenciales para asegurar tanto la seguridad como la calidad de los productos.

En este sentido, la “Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria” (2010), establece una regulación que fomenta la producción local y la autosuficiencia alimentaria, lo cual puede ser ventajoso para "Salud&Pizza" al facilitar el acceso a ingredientes saludables, frescos y de alta calidad.

Así mismo, el aumento de las normatvas en torno a la seguridad alimentaria en Ecuador ha surgido como respuesta a la creciente inquietud por la salud pública y el bienestar de la población. Abarcando no solo la producción y disponibilidad de alimentos, sino también la inocuidad, el acceso y las preferencias culturales, reafirmando así la seguridad alimentaria como un derecho humano. De acuerdo con Poveda et al. (2021), estas normativas tienen como objetivo asegurar que los productos alimenticios cumplan con estándares rigurosos que garanticen su calidad y seguridad. Esto puede impulsar la aceptación de productos sin gluten, dado que los consumidores buscan alternativas que cumplan con rigurosos estándares de calidad y seguridad.

La cooperación entre el gobierno y la sociedad civil en la promoción de dietas saludables también puede generar oportunidades para iniciativas que alineen los objetivos de "Salud&Pizza" con las políticas públicas, creando así un entorno propicio para su desarrollo.

Factores económicos

Como factor económico, se analiza la creciente conciencia sobre la salud y el bienestar, por lo que existe una mayor demanda de alimentos saludables, lo que representa una oportunidad de negocio.

Factores sociales

En el contexto social, cada vez es mayor el número de personas que siguen dietas específicas, ya sea por salud o por fitness; Crear un enorme mercado potencial. El análisis del entorno económico muestra que el creciente interés por las dietas saludables está incrementando la demanda de productos sin gluten, lo que representa una importante oportunidad para Salud&Pizza.

El mercado de productos sin gluten ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, debido al creciente interés de los consumidores por su salud y bienestar; este aumento de la demanda surge como respuesta a la tendencia hacia estilos de vida más saludables, ya que los consumidores buscan opciones de alimentos que sean nutritivos, y que también aporten otros beneficios, como propiedades de superalimentos (Maldonado & Procel, 2021).

En este contexto, el uso de harina de garbanzo en este producto resulta muy adecuado porque se caracteriza por su alto contenido en proteínas, fibra y biosacáridos, lo que la convierte en un valioso ingrediente alimentario alternativo. Estos ingredientes no solo mejoran la calidad nutricional de los alimentos, sino que también brindan beneficios para la salud, como mejorar la digestión y apoyar la salud intestinal. Además, su composición nutricional incluye hidratos de carbono y cantidades importantes de minerales y vitaminas, lo que lo hace adecuado para una amplia gama de aplicaciones en la industria alimentaria,

incluida la producción de galletas, pan y otros productos horneados (Valencia & Montoya, 2021).

No obstante, el alto costo de producción de la masa para pizza puede ser un obstáculo, ya que impacta directamente en el precio final del producto. Según Parada et al. (2021), para enfrentar este desafío, es fundamental que se implementen estrategias de gestión de costos efectivas y busque proveedores que ofrezcan ingredientes de calidad a precios competitivos.

Además, es importante monitorear el poder adquisitivo de los consumidores y las tendencias de gasto en alimentos saludables, ya que estos factores pueden afectar la capacidad de Salud&Pizza para atraer y retener a sus clientes objetivo. Identificar nichos de mercado y adaptarse a las condiciones económicas cambiantes será clave para lograr un éxito sostenible a largo plazo (Merino, 2020).

Factores tecnológicos

Desde el punto de vista tecnológico, el foco está puesto en mejoras en el proceso productivo y en la calidad de las materias primas, permitiendo desarrollar masas de pizza sin gluten de forma más segura, evitando contaminaciones y asegurando la trazabilidad de las materias primas. Estas opciones de comida pueden atraer a consumidores más conscientes de la salud y el medioambiente al utilizar ingredientes locales y sostenibles (Mejía & Maldonado, 2020).

La tecnología juega un papel clave en mejorar tanto la calidad como la seguridad de los productos alimenticios. En el caso de Salud&Pizza, incorporar innovaciones en los procesos de producción no solo permite optimizar la eficiencia, sino también garantizar la

trazabilidad de los ingredientes, algo especialmente importante en la preparación de alimentos sin gluten.

El uso de tecnologías avanzadas, como sistemas de monitoreo y control de calidad, resulta esencial para minimizar el riesgo de contaminación y asegurar que el producto final cumpla con los estándares exigidos. Asimismo, la implementación de plataformas digitales para la comercialización y educación del consumidor amplía el alcance de la marca. Esto permite a Salud&Pizza interactuar más eficazmente con su público, ofreciendo información clara y accesible sobre los beneficios de sus productos y mejorando la experiencia general del cliente.

Factores legales

Desde una perspectiva legal, el cumplimiento de las leyes y normas establecidas por los entes regulatorios del país, son relevantes para garantizar la confianza del consumidor y evitar problemas legales.

En primer lugar, se debe considerar la “Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria” (2010), cuyos objetivos son garantizar la autosuficiencia alimentaria, asegurando que todas las personas tengan acceso permanente a alimentos sanos y nutritivos. Además, busca fomentar la producción local, priorizando a pequeños y medianos productores, así como a organizaciones populares, y proteger la agrobiodiversidad al respetar los conocimientos y métodos de producción tradicionales.

La ley también establece políticas públicas agroalimentarias que regulan la producción y el consumo de alimentos, asegurando inclusión y equidad, y promueve la coordinación entre la sociedad y el gobierno en asuntos de soberanía alimentaria, incluyendo la capacitación de los productores.

Así mismo, es fundamental que la masa de pizza cuente con su Certificación “Gluten Free”, esto implica que se realicen evaluaciones de riesgos y auditorías en las instalaciones de producción, así como pruebas de productos y equipos en la fábrica y los puntos de venta a los clientes. Los productos elaborados que lleven el logotipo de GFCO (Gluten-Free Certification Organization) deben contener 10 partes por millón o menos de gluten (SGS, 2021).

Estos factores PESTEL se combinan para crear un entorno apropiado para el lanzamiento y crecimiento de “Salud&Pizza”.

Análisis Microeconómico - 5 Fuerzas Competitivas de Porter

Figura 10. Cinco Fuerzas de Porter

Nota: Elaborado por autores

Amenaza de nuevos competidores

La amenaza de que nuevos competidores ingresen al mercado sin gluten se considera moderada, ya que varias barreras de entrada pueden obstaculizar su adopción. En primer lugar, obtener una certificación específica para productos sin gluten puede considerarse un obstáculo importante, ya que requiere tiempo y recursos.

Además, el posicionamiento de marcas conocidas puede actuar como factor de compra, ya que los consumidores tienden a confiar en productos con un buen historial de calidad y seguridad. Así mismo, se debe garantizar una producción de alimentos de calidad lo que requiere una importante inversión inicial en infraestructura y tecnología, representando una barrera para nuevos competidores en el mercado.

Por otro lado, el poco acceso a los canales de distribución existentes puede dificultar el acceso al mercado. Por último, la producción de alternativas sin gluten demanda conocimientos especializados y la falta de experiencia en este ámbito puede ser un obstáculo adicional para nuevos competidores.

Poder de negociación de los proveedores

La dependencia de proveedores locales puede restringir la capacidad de las empresas para negociar precios y condiciones favorables. La disponibilidad de ingredientes especializados es fundamental para la producción de productos sin gluten, y cualquier variación en la oferta y demanda de estos insumos puede afectar directamente los costos y la estabilidad de la producción. Además, mantener buenas relaciones con los proveedores en el largo plazo puede influir en la calidad de los ingredientes y en la fijación de precios, lo cual es importante para la sostenibilidad del negocio.

Poder de negociación de los clientes

Por otro lado, la creciente demanda de productos sin gluten da a los consumidores un mayor poder de elección, ya que pueden escoger entre las alternativas disponibles. Su fidelización hacia opciones que brindan un valor agregado puede influir en sus decisiones de compra, y el acceso a información sobre productos y precios facilita a los consumidores realizar adquisiciones más informadas.

Sin embargo, la sensibilidad a los precios en este sector puede limitar la capacidad de las empresas para establecer costos que sean competitivos y rentables, mientras que las expectativas en cuanto a calidad y servicio demandan que las empresas innoven y mejoren de manera continua. Así mismo, el costo puede influir en cómo se percibe la dieta sin gluten como una alternativa viable, lo que, a su vez, puede repercutir en la demanda y en la disponibilidad de productos sin gluten en el mercado (Arroyo, 2020).

Amenaza de nuevos productos sustitutos

La presencia en el mercado de alternativas sin gluten, aunque limitadas, puede llevar a los consumidores a optar por productos sustitutos, incrementando la competencia. A su vez, la innovación constante en estos productos puede presionar a las empresas de alimentos sin gluten a diferenciarse y adaptarse a las preferencias cambiantes del consumidor. La percepción de calidad y sabor en los productos sustitutos también puede influir en la decisión de compra, lo que subraya la necesidad de que las empresas se concentren en la diferenciación de sus ofertas.

Rivalidad entre competidores

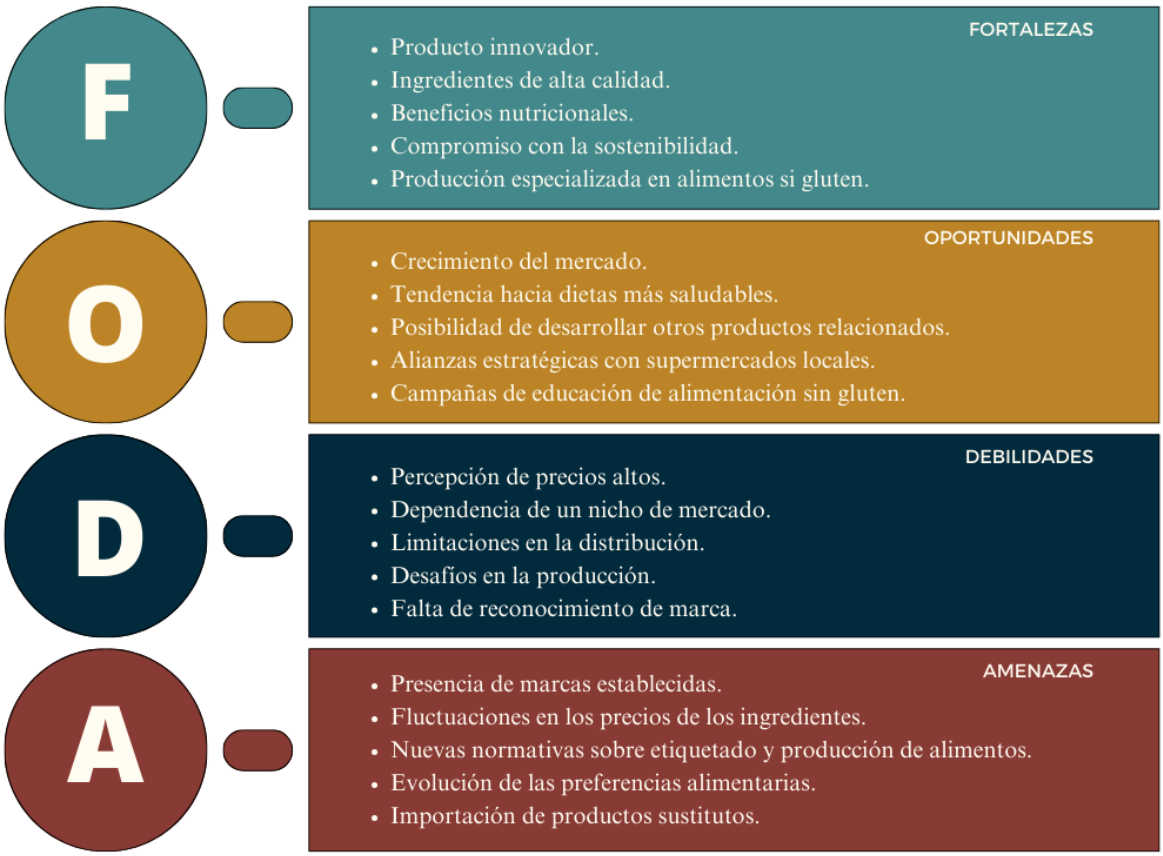
Finalmente, se presenta con un nivel alto de la rivalidad entre competidores, ya que la necesidad de destacarse en este mercado innovador es fundamental para atraer y fidelizar

clientes. Las empresas deben implementar estrategias de marketing efectivas para resaltar sus productos y mantener su posicionamiento.

Así mismo, la innovación continua en los productos es indispensable para competir de manera óptima, y la presión por mantener márgenes de beneficio en un entorno competitivo puede llevar a las empresas a buscar cambios en su operatividad y reducción de costos.

Análisis FODA

Figura 11. Matriz FODA



Nota: Elaborado por autores

A través del análisis FODA, es posible identificar áreas de mejora y de aprovechamiento para alcanzar los objetivos establecidos en la elaboración de la masa de pizza sin gluten.

Fortalezas

En primer lugar, una de las fortalezas principales de este producto es que es innovador y saludable, ya que está elaborado a base de harina de garbanzo, lo que lo convierte en una opción sin gluten rica en proteínas y fibra. Además, el compromiso con la sostenibilidad mediante el uso de ingredientes locales de calidad puede atraer consumidores cada vez más consciente del medio ambiente. Así mismo, la experiencia del cliente también se considera un aspecto relevante en este apartado, ya que centrarse en la satisfacción del cliente puede aumentar la lealtad y mejorar el reconocimiento de la marca.

El desarrollo de alimentos innovadores influye en el progreso social al implementar nuevas prácticas y productos que incrementan la seguridad alimentaria, diversifican las dietas y promueven costumbres de consumo más sustentables. Promover la producción local y la utilización de materias primas autóctonas fortalece la economía de la comunidad y genera oportunidades laborales. Estas innovaciones también tienen el potencial de ayudar a solucionar problemas sociales como la desnutrición y la pobreza, fomentando el acceso a alimentos sanos y económicos (Mejía & Maldonado, 2020).

Debilidades

El análisis también señala debilidades que deben abordarse; Uno de los principales problemas identificados es el alto costo de producción del polvo, lo que puede afectar negativamente el precio final del producto. También es importante educar a los consumidores sobre los beneficios de los ingredientes alternativos y su valor nutricional, como en el caso de la harina de garbanzo; Esto puede requerir invertir en marketing y contratar profesionales que se especialicen en este tipo de producto alimenticio.

El alto costo de producir productos sin gluten tiene un impacto significativo en las decisiones de compra de los consumidores, especialmente de aquellos con enfermedad celíaca. Según la Federación de Asociaciones de Celiacos de España (2021), los productos sin gluten son significativamente más caros que los que sí contienen gluten debido a varios factores, entre ellos el coste de las materias primas, la necesidad de realizar controles de calidad y los costes adicionales. asociado con la investigación. y desarrollar (I+D) y mejorar las instalaciones y equipos para prevenir la contaminación cruzada.

Oportunidades

En el ámbito de las oportunidades, el creciente interés por la alimentación saludable y la demanda de productos sin gluten proporcionan un entorno favorable para el crecimiento de Salud&Pizza. La competencia en el mercado sin gluten está en crecimiento y, si la marca se posiciona correctamente, puede abrir nuevas oportunidades de negocio, no solo dentro del país, sino también de manera internacional.

El interés por una dieta saludable en Ecuador ha experimentado un crecimiento considerable tras la pandemia de COVID-19, motivado por un incremento en la conciencia sanitaria entre la población. De acuerdo con Kantar, un 42% de las residencias ecuatorianas ha manifestado una mayor preocupación por su bienestar, lo cual ha propiciado un incremento en la demanda de productos saludables, tales como cereales de bajo contenido calórico, galletas saludables y pan integral, con incrementos de ventas que pueden llegar hasta un 33% en determinadas situaciones. Las corporaciones pertenecientes al sector alimentario están abordando esta tendencia mediante el desarrollo de nuevas líneas de productos, que incorporan opciones alternativas de proteína vegetal, lo que evidencia una

transformación significativa en los patrones de consumo y en la oferta del mercado (Coba, 2022).

Amenazas

No obstante, se presentan amenazas tales como la competencia de otras marcas que proporcionan productos análogos, así como las eventuales modificaciones en las normativas de seguridad alimentaria que podrían impactar en la producción y comercialización de la masa de pizza. La identificación de estas variables permite la formulación de una estrategia que optimice las fortalezas y oportunidades de Salud&Pizza en el mercado, mientras se atenúan sus debilidades y amenazas.

El mercado de alimentos saludables, especialmente en el sector de aperitivos, está experimentando un incremento significativo del 12%, lo que ha motivado a un gran número de emprendedores y empresas a incursionar en este sector. Sin embargo, la competencia se agudiza, dado que los consumidores tienen la capacidad de cambiar de marca con facilidad debido a la reducida fidelidad hacia productos específicos y la diversidad de alternativas disponibles. Además, el poder de negociación de los consumidores es considerable, dado que disponen de una variedad de alternativas, lo que impone a las organizaciones la necesidad de distinguirse a través de la calidad y los beneficios saludables de sus productos (Ortiz, 2020).

Estrategias Propuestas

Estrategias FO (Fortalezas-Oportunidades)

- Desarrollar una línea de productos innovadores que no solo incluya masa de pizza de harina de garbanzo, sino también otras opciones saludables, como tortillas,

wafles, entre otros. Esto permitirá captar un mercado más amplio y satisfacer diversas preferencias alimenticias.

- Formar alianzas no solo con proveedores locales, sino también con organizaciones de salud y bienestar, para colaborar en campañas de concientización sobre la alimentación saludable. Esto no solo garantizará la calidad del producto, sino que también posicionará la marca como un referente en sostenibilidad y salud.

Estrategias FA (Fortalezas-Amenazas)

- Ofrecer una experiencia integral al cliente, que incluya degustaciones, talleres de cocina saludable y recetas exclusivas. Esto creará una conexión emocional con la marca y fomentará la lealtad del cliente.
- Comunicar de manera transparente los procesos de producción y los beneficios de los ingredientes, con el fin de generar confianza en los consumidores y diferenciarse de la competencia.

Estrategias DO (Debilidades-Oportunidades)

- Implementar una estrategia de marketing digital que incluya blogs, videos y redes sociales para educar a los consumidores sobre los beneficios de la harina de garbanzo y otros ingredientes saludables, con el objetivo de superar la debilidad del alto costo de producción, sino que también posicionará a la marca como experta en el tema.
- Crear una gama de productos complementarios, como salsas o toppings sin gluten, que se ofrezcan junto con la masa de pizza, aprovechando el creciente interés por la alimentación saludable.

Estrategias DA (Debilidades-Amenazas)

- Implementar tecnologías de producción más eficientes y sostenibles que reduzcan costos sin comprometer la calidad, lo que puede incluir la automatización de procesos o la utilización de energías renovables en la producción, en consecuencia, se cumplirá con los valores de sostenibilidad planteados en este proyecto de negocio.
- Establecer un equipo de cumplimiento normativo que se mantenga actualizado sobre las regulaciones de seguridad alimentaria y que desarrolle protocolos de adaptación rápida, permitiendo a la empresa no solo cumplir con las normativas, sino también anticiparse a posibles cambios que puedan afectar la producción y comercialización.

Fase 5. Probar

Validación de Factibilidad – Viabilidad – Deseabilidad

Mercado Objetivo

El público objetivo comprende individuos de la región septentrional de la ciudad de Guayaquil, con edades que oscilan entre 25 y 44 años, con requerimientos particulares de una dieta exenta de gluten. Según un estudio realizado por Reimundo (2017), se estima que aproximadamente 125.000 personas en el Ecuador padecen la enfermedad celíaca, lo que representa 2 de cada 256 habitantes, destacando el alcance de este mercado potencial. Este segmento incluye principalmente a pacientes diagnosticados de enfermedad celíaca e intolerancia al gluten, que requieren productos seguros y sin contaminación cruzada. Además, se dirige a consumidores que, aunque no están sujetos a restricciones médicas de alimentos, se encuentran interesados en alternativas alimentarias más saludables, como vegetarianos, veganos y aquellos que prefieren ingredientes orgánicos y naturales.

Estos consumidores se caracterizan por tener un alto nivel de concientización sobre el consumo de alimentos nutritivos, y saludables, razón por la que buscan activamente información nutricional. Además, valoran la transparencia de la información sobre los ingredientes de los productos, los procesos de producción y su contenido. Su fidelidad se centra en marcas que puedan garantizar la seguridad alimentaria, y están dispuestos a pagar más por productos que cumplan con las expectativas en términos de calidad, sabor y valor nutricional.

Investigación de Mercado

Diseño de estudio de mercado

La investigación de mercado para Salud&Pizza se desarrollará mediante un enfoque metodológico descriptivo y cualitativo, siguiendo un enfoque metodológico descriptivo y cualitativo, a través de herramientas de recopilación de información tales como entrevistas, un focus group y la degustación del prototipo del producto. El objetivo principal será adquirir información más detallada sobre "cómo se ve" y "qué esperan" los consumidores y profesionales de la alimentación y la salud, del mercado de la masa de pizza elaborada con harina de garbanzo, una alternativa innovadora en el mercado de productos sin gluten. Las técnicas antes mencionadas permitirán analizar el mercado objetivo, su necesidad, y el precio que puede fijarse para el producto.

Herramientas de recopilación de información: Entrevistas y Focus Group

La estrategia de investigación para Salud&Pizza contempla dos herramientas fundamentales de recolección de datos cualitativos, entrevistas individuales y focus group.

La entrevista se caracteriza como un enfoque empírico que se basa en la interacción interpersonal entre el investigador y el sujeto de estudio, con el objetivo de adquirir respuestas verbales a las interrogantes planteadas acerca de un problema específico. De acuerdo con Feria et al. (2020), este método es flexible y puede ser estructurada, que utiliza preguntas predefinidas y sigue un orden específico, o no estructurada, que es más abierta y se adapta a la dinámica de la conversación. Además, la entrevista brinda al investigador la oportunidad de aclarar dudas y recopilar información no verbal, lo que puede enriquecer los datos obtenidos. Esta técnica permitirá explorar en profundidad las percepciones,

motivaciones y expectativas de los potenciales consumidores respecto a una masa de pizza elaborada con harina de garbanzo.

Complementariamente, el grupo focal facilitará una interacción dinámica y colectiva donde los participantes podrán compartir, contrastar y reflexionar sobre las características del producto, sus atributos nutricionales y su potencial acogida en el mercado. Un grupo focal es una técnica de investigación cualitativa que implica la reunión de un grupo de personas seleccionadas intencionadamente para dialogar y reflexionar sobre un tema particular que se está investigando (Rodas & Pacheco, 2020).

Ambas técnicas de investigación buscarán obtener factores cualitativos que proporcionarán un panorama integral que oriente el desarrollo y posicionamiento de Salud&Pizza en el segmento de alimentos saludables sin gluten.

Cuestionarios de preguntas para las entrevistas

Entrevista a Gastroenterólogo Espc. Ronald Mosquera Avilés, Médico Especialista

Tabla 3. Cuestionario para entrevista a Gastroenterólogo

Objetivo: Obtener una perspectiva profesional sobre la enfermedad celíaca, así como las restricciones alimentarias en el contexto del consumo de alimentos sin gluten.
Sección 1: Experiencia Profesional **Recomendaciones Dietéticas:** ¿Cuáles son las recomendaciones dietéticas más comunes que da a sus pacientes con enfermedad celíaca? **Educación Nutricional:** ¿Qué papel juega la educación nutricional en el manejo de la enfermedad celíaca y otras restricciones alimentarias? **Beneficios de una Alimentación Sin Gluten:** ¿Cuáles son los beneficios que ha observado en pacientes que consumen productos sin gluten de calidad? **Sección 2: Evaluación del Producto**
Características de Seguridad:

¿Qué criterios considera al evaluar la seguridad de un producto sin gluten, como una masa de pizza a base de harina de garbanzo?

Interés en Nuevas Alternativas:

Si una masa de pizza a base de harina de garbanzo estuviera disponible, ¿la recomendaría a sus pacientes? ¿Por qué?

Importancia de la Variedad:

¿Qué tan importante es para los pacientes celíacos la variedad de opciones sin gluten en los supermercados locales?

Sección 3: Opiniones y Recomendaciones

Características Importantes:

¿Qué características considera más importantes al elegir una masa de pizza sin gluten? (por ejemplo, sabor, textura, valor nutricional, etc.)

Ingredientes Adicionales:

¿Qué ingredientes adicionales cree que podrían mejorar una masa de pizza a base de harina de garbanzo desde el punto de vista nutricional?

Consejos para Fabricantes:

¿Qué consejos daría a los fabricantes de productos sin gluten para mejorar la calidad y seguridad de sus productos?

Sección 4: Mercado y Consumidor

Percepción del Consumidor:

¿Cómo percibe la aceptación de productos sin gluten en el mercado actual? ¿Cree que hay un aumento en la demanda?

Complicaciones de Salud:

¿Qué complicaciones de salud pueden surgir de consumir productos que no son realmente sin gluten?

Transparencia en la Información:

¿Qué tan importante es para usted la transparencia en la información nutricional de los productos que consumen sus pacientes?

Sección 5: Comentarios Finales

Recursos de Información:

¿Qué recursos utiliza para informarse sobre productos y recetas sin gluten? ¿Recomendaría alguna fuente específica a sus pacientes?

Comentarios Adicionales:

¿Hay algo más que le gustaría compartir sobre la enfermedad celíaca, las restricciones alimentarias o sobre la masa de pizza a base de harina de garbanzo?

Elaborado por autores

Figura 12. Entrevista al Gastroenterólogo Ronald Mosquera Avilés, Médico Especialista

Nota. Evidencia de entrevista realizada por Issac Pinargote

Figura 13. Entrevista al Gastroenterólogo Ronald Mosquera Avilés, Médico Especialista

Nota. Evidencia de entrevista realizada por Issac Pinargote

Análisis de la entrevista con el gastroenterólogo

El gastroenterólogo proporciona una perspectiva sobre la relevancia de la educación nutricional en el manejo de la enfermedad celíaca. Su énfasis en la búsqueda de opciones

sin gluten subraya la obligación de los profesionales sanitarios de asistir a sus pacientes en la toma de decisiones fundamentadas respecto a su régimen alimenticio. La educación asiste a los pacientes en la comprensión de su circunstancia, facilitándoles la toma de decisiones más saludables que pueden optimizar su calidad de vida. Este aspecto reviste gran relevancia, dado que numerosos pacientes pueden experimentar confusión debido a la abundancia de información existente y la limitada disponibilidad de alternativas seguras en el mercado.

Se discuten las ventajas observadas en pacientes que ingieren productos sin gluten de alta calidad, tales como la disminución de los síntomas asociados con la patología. Este hecho subraya la relevancia para los productores de enfocarse en la calidad de sus productos, asegurando que sean seguros y saludables. La recomendación de que los pacientes opten por productos de alta calidad constituye una advertencia para la industria alimentaria, instándola a elevar sus estándares y proporcionar alternativas que verdaderamente beneficien a los consumidores.

Además, subraya la relevancia de disponer de una amplia gama de alternativas sin gluten en los establecimientos de alimentación próximos. Este aspecto reviste importancia dado que una mayor disponibilidad de productos puede facilitar la adopción de una dieta libre de gluten y optimizar la calidad de vida de los pacientes. La escasez de alternativas puede generar frustración y desmotivación, lo cual puede resultar en la no adherencia a la dieta establecida.

Entrevista a persona con enfermedad celíaca, Alex Aulla Allauca

Tabla 4. Cuestionario para entrevista a paciente celíaco

Objetivo: Conocer las necesidades y requerimientos alimentarios de personas con enfermedad celíaca e intolerancia al gluten diagnosticadas, para identificar posibles mejoras en la elaboración del producto en caso de ser necesario.
Sección 1: Experiencia Personal
Tiempo en Dieta Sin Gluten:
¿Cuánto tiempo ha estado siguiendo una dieta sin gluten?
Desafíos en la Alimentación:
¿Cuáles son los mayores desafíos que enfrenta al buscar opciones de comida fuera de casa?
Impacto en la Calidad de Vida:
¿Cómo ha afectado la enfermedad celíaca y la dieta sin gluten su calidad de vida en general?
Sección 2: Preferencias Alimentarias
Interés en Nuevas Alternativas:
Si una masa de pizza a base de harina de garbanzos estuviera disponible, ¿estaría dispuesto a probarla? ¿Por qué?
Características Importantes:
¿Qué características considera más importantes al elegir una masa de pizza sin gluten? (por ejemplo, sabor, textura, valor nutricional, etc.)
Ingredientes Adicionales:
¿Qué ingredientes adicionales cree que podrían mejorar una masa de pizza sin gluten?
Sección 3: Opiniones sobre el Producto
Variedad de Opciones:
¿Qué tan importante es para usted la variedad de opciones sin gluten en los supermercados locales?
Expectativas sobre el Producto:
¿Qué expectativas tiene sobre una masa de pizza a base de harina de garbanzo en términos de sabor y textura en comparación con las masas tradicionales?
Sección 4: Transparencia y Educación
Importancia de la Información Nutricional:
¿Qué tan importante es para usted la transparencia en la información nutricional de los productos que consume?
Fuentes de Información:
¿Qué recursos utiliza para informarse sobre productos y recetas sin gluten?
Educación sobre la Enfermedad:

¿Cree que hay suficiente información y educación disponible sobre la enfermedad celíaca y las opciones de alimentos sin gluten?

Sección 5: Comentarios Finales

Sugerencias para Fabricantes:

¿Qué sugerencias daría a los fabricantes de productos sin gluten para mejorar la calidad y variedad de sus productos?

Interés en Innovaciones:

¿Estaría interesado en probar innovaciones en productos sin gluten, como una masa de pizza a base de harina de garbanzo? ¿Por qué?

Comentarios Adicionales:

¿Hay algo más que le gustaría compartir sobre su experiencia con la enfermedad celíaca y la búsqueda de opciones alimentarias sin gluten?

¿Estaría dispuesto a recomendar una nueva masa de pizza sin gluten a amigos o familiares? ¿Por qué?

Elaborado por autores

Figura 14. Paciente con enfermedad celíaca, Alex Aulla Allauca

Nota. Evidencia de entrevista realizada por Roxana Pibaque

Figura 15. Paciente con enfermedad celíaca, Alex Aulla Allauca

Nota. Evidencia de entrevista realizada por Roxana Pibaque

Análisis de la entrevista al paciente celíaco

El entrevistado comenta los grandes desafíos que experimenta como celíaco al buscar las alternativas de alimentación apropiadas. A los veinte años, fue diagnosticado y tuvo que adaptarse a una alimentación libre de gluten, lo que ha implicado una transformación significativa en su modo de vida. La búsqueda de alimentos seguros y escasas opciones respecto a restaurantes y supermercados le genera algunas complicaciones.

El paciente también expresa su curiosidad por experimentar con nuevas comidas, como la masa de pizza elaborada con harina de garbanzo, lo que demuestra su predisposición a probar nuevos productos alimenticios, seguros, saludables y deliciosos. Esta expectativa es una demanda de normalidad y disfrute de alimentos, un sector donde las limitaciones en la suelen alterar la normalidad. Como la pizza es una comida que generalmente se relaciona con las actividades sociales y la alegría, la oportunidad de adquirirla es un elemento fundamental para el bienestar emocional del paciente.

Además, el paciente manifiesta su compromiso con la comunidad celíaca al desear compartir su vivencia y saber con otros individuos. Esto evidencia una predisposición de asistir a otros en los retos de la enfermedad celíaca, promoviendo un mayor entendimiento y aceptación. Es una señal de que, más allá de las restricciones alimenticias, hay una necesidad de gozar de la comida y de compartir con los demás.

Entrevista a chef profesional Jhonny Villalta

Tabla 5. Cuestionario para entrevista a chef profesional

Objetivo: Identificar elementos clave en el sector alimenticio en el contexto de la alimentación saludable, y obtener recomendaciones para la elaboración de la masa de pizza a base de harina de garbanzo.
Sección 1: Experiencia y Conocimiento **Experiencia con Ingredientes Sin Gluten:** ¿Ha trabajado anteriormente con ingredientes sin gluten, como la harina de garbanzo? Si es así, ¿cuánto tiempo ha estado utilizando estos ingredientes en su cocina? **Técnicas de Preparación:** ¿Qué técnicas utiliza para trabajar con masas sin gluten? ¿Hay algún consejo específico que recomendaría para lograr una buena textura y sabor? **Contaminación Cruzada:** ¿Qué medidas toma en su cocina para evitar la contaminación cruzada al trabajar con productos sin gluten? **Sección 2: Evaluación del Producto** **Opinión sobre la Masa de Pizza:** ¿Qué le parece la idea de una masa de pizza a base de harina de garbanzo? ¿Cree que podría ser una buena alternativa a las masas tradicionales? **Sabor y Textura:** En su experiencia, ¿qué características de sabor y textura considera esenciales para una masa de pizza exitosa? ¿Cómo cree que se compara la masa de garbanzo con las masas tradicionales? **Innovación en el Menú:** Si esta masa de pizza estuviera disponible, ¿estaría dispuesto a incluirla en su menú? ¿Por qué? **Sección 3: Preferencias y Sugerencias** **Características Importantes:** ¿Qué características considera más importantes al elegir una masa de pizza sin gluten? (por ejemplo, sabor, textura, valor nutricional, etc.)

Ingredientes Adicionales:

¿Qué ingredientes adicionales cree que podrían mejorar una masa de pizza a base de harina de garbanzo? ¿Hay combinaciones que recomendaría?

Presentación y Acompañamientos:

¿Qué tipo de presentación o acompañamientos considera que atraerían más a los clientes para una masa de pizza sin gluten?

Sección 4: Mercado y Consumidor

Interés del Consumidor:

¿Cree que los consumidores estarían interesados en probar una masa de pizza a base de harina de garbanzo? ¿Por qué?

Tendencias Alimentarias:

¿Cómo ve la tendencia hacia productos sin gluten en la industria alimentaria? ¿Cree que esta tendencia continuará creciendo?

Consejos para Fabricantes:

¿Qué consejos daría a los fabricantes de productos sin gluten para mejorar la calidad y aceptación de sus productos en el mercado?

Sección 5: Comentarios Finales

Innovación en Recetas:

¿Estaría dispuesto a experimentar con nuevas recetas que incluyan harina de garbanzo? ¿Qué tipo de platos le gustaría crear?

Importancia de la Nutrición:

¿Qué tan importantes son los aspectos nutricionales al desarrollar un nuevo producto alimenticio?

Comentarios Adicionales:

¿Hay algo más que le gustaría compartir sobre su experiencia con masas sin gluten o sobre la masa de pizza a base de harina de garbanzo?

Elaborado por autores

Figura 16. Entrevista al chef Profesional Jhonny Villalta

Nota. Evidencia de entrevista realizada por Janina Baque

Análisis de la entrevista al chef profesional

El chef que emplea ingredientes libres de gluten brinda una opinión valiosa acerca de la creciente necesidad de alternativas de comida para aquellas personas con patología celíaca. Sus cinco años de experiencia de uso de harinas alternativas, como la de garbanzo, demuestra un compromiso sólido con la innovación en el campo de la cocina. Esta perspectiva no solo satisface las demandas alimenticias de los celíacos, sino que también persigue ofrecer productos que resulten deliciosos y nutritivos. Incorporar componentes como la harina de garbanzo no solo proporciona una opción libre de gluten, sino que también potencia el perfil nutricional de los platos, aspecto importante en la cocina moderna.

Además, enfatiza la importancia de la textura y el gusto al elaborar masas sin gluten, un elemento esencial ya que numerosos productos en el mercado son frecuentemente

objeto de críticas por no poseer estas propiedades. Su interés en métodos como la pre fermentación y el período de hidratación evidencia un amplio entendimiento de la ciencia que respalda la elaboración del pan, lo que podría derivar en productos de superior calidad. Este tipo de cuidado es esencial para incrementar la aceptación de los productos sin gluten entre los consumidores, no solo los que padecen de celíaca, sino también aquellos que buscan alternativas más sanas.

El chef también menciona que es importante probar distintas recetas y métodos, lo que muestra que la creatividad en la cocina es clave para crear nuevos productos. El interés por explorar no solo pizzas, sino también focaccias y postres, muestra que hay un gran potencial para ampliar la oferta de alimentos sin gluten. Esto no solo ayudaría a los celíacos al darles una dieta de mejor calidad, sino que también llamaría la atención de un público más amplio que busca opciones de alimentos más saludables y variadas. En resumen, el chef se presenta como un líder del cambio en la cocina, promoviendo la inclusión y la calidad en la dieta sin gluten.

Conclusiones generales de las entrevistas

Se destaca que la innovación y la calidad en la comida, donde el uso de harinas alternativas como la harina de garbanzo no solo ayuda a las personas con celiaquía, sino que también mejora el valor nutricional de los platos. La textura y el sabor de los productos sin gluten son muy importantes para que sean aceptados en el mercado. Contar con personal especializado en la aplicación de técnicas específicas de elaborar productos sin gluten reflejan un compromiso con la calidad culinaria, lo que tiene el potencial de mejorar la experiencia gastronómica de todos los consumidores.

La realización de estas entrevistas resulta fundamental para comprender las diversas perspectivas en relación con la alimentación sin gluten, especialmente en el contexto de la masa de pizza. Al reunir los puntos de vista de un gastroenterólogo, un chef y un paciente con celiaquía, se obtiene una visión integral que abarca desde la necesidad de opciones saludables y accesibles hasta la importancia de la calidad y el sabor en los productos. Estos diálogos facilitan la identificación de los desafíos a los que se enfrentan las personas con enfermedad celíaca y las expectativas que tienen respecto a los alimentos. Esto es fundamental para el desarrollo de productos que verdaderamente satisfagan sus necesidades.

Además, la información proporcionada podría ser de gran valor para determinar la posición de la masa para pizza elaborada con harina de garbanzo en el mercado. Al identificar las preferencias y requerimientos de los consumidores, los productores poseen la habilidad de confeccionar un producto que no solo sea seguro y nutritivo, sino que también brinde una experiencia culinaria satisfactoria. La integración de un enfoque orientado hacia la innovación culinaria y la atención a las necesidades dietéticas puede favorecer la aceptación de la masa para pizza sin gluten, promoviendo su inclusión en los menús de establecimientos gastronómicos y supermercados, y contribuyendo a una mayor visibilidad y reconocimiento de las opciones sin gluten en la industria alimentaria.

Grupo Focal

Tabla 6. Guía para el desarrollo del Grupo Focal

Sección	Descripción
Objetivo del Grupo Focal	Recopilar información sobre las preferencias, necesidades y percepciones de los consumidores respecto a las pizzas sin gluten elaboradas con harina de garbanzo.
Duración	1 hora y 5 minutos

Introducción (10 minutos)

Presentación de los Moderadores y Participantes:

Breve introducción de cada moderador y participante.

Establecer un ambiente de confianza y colaboración.

Explicación del Objetivo del Grupo Focal:

Explicar la importancia de la participación de cada uno para enriquecer la discusión.

Reglas Básicas para la Discusión:

Respetar los turnos de palabra.

Ser honestos y abiertos en las opiniones.

Preguntas de Discusión (50 minutos)

Experiencia General con Productos Sin Gluten

¿Cuál ha sido su experiencia general con productos sin gluten?

¿Qué marcas o productos sin gluten han probado? ¿Qué les ha gustado o no les ha gustado de ellos?

¿Han notado alguna diferencia en la calidad o el sabor entre productos sin gluten y sus equivalentes tradicionales?

Percepción de la Harina de Garbanzo

¿Conocen la harina de garbanzo?

¿Qué opinan sobre su uso en productos alimenticios?

¿Han probado pizza o masa elaborada con harina de garbanzo? Si es así, ¿cuál fue su experiencia?

¿Qué atributos consideran importantes en una masa de pizza (sabor, textura, valor nutricional, etc.)?

Preferencias y Necesidades

¿Qué características buscan en una pizza saludable?

¿Qué ingredientes adicionales les gustaría ver en una pizza elaborada con harina de garbanzo?

¿Qué tipo de opciones de presentación (porciones, tamaños, empaques) prefieren al comprar pizza?

Percepción de Salud&Pizza

¿Qué opinan sobre la propuesta de Salud&Pizza de ofrecer pizzas sin gluten con harina de garbanzo?

¿Qué expectativas tienen sobre el sabor y la calidad de este producto?

¿Qué barreras perciben para probar o comprar este tipo de producto?

Comentarios Finales

¿Hay algo más que les gustaría agregar sobre sus experiencias o expectativas con respecto a las pizzas sin gluten?

¿Estarían dispuestos a recomendar Salud&Pizza a amigos o familiares? ¿Por qué?

Cierre (5 minutos)

Resumen de los puntos clave discutidos.

Al finalizar la sesión, se hará un resumen de los puntos clave discutidos, destacando las ideas y sugerencias más relevantes.

Agradecimiento a los participantes.

Se agradecerá a todos los participantes por su tiempo y valiosas contribuciones, reconociendo la importancia de su papel en este proceso.

Información sobre los próximos pasos y cómo se utilizarán sus comentarios.

Se informará sobre los próximos pasos a seguir y cómo se utilizarán sus comentarios para mejorar el producto Salud&Pizza, asegurando que sus opiniones tengan un impacto real.

Notas para el Moderador

- Asegurarse que todos los participantes tengan la oportunidad de expresar sus pensamientos.
- Fomentar la participación de todos.
- Tomar notas detalladas de las respuestas y comentarios.

Nota. Elaborado por autores

Desarrollo del grupo focal

El grupo focal se llevó a cabo conforme a la guía previamente establecida, y se complementó con un proceso de degustación del producto en las que los participantes tuvieron la oportunidad de experimentar el sabor y la textura de la masa de piza con diferentes ingredientes adicionales. La sesión contó con la participación de ocho personas de diversas edades, quienes no solo respondieron a las interrogantes planteadas dentro del guion, sino que también ofrecieron valiosas recomendaciones adicionales que son sumamente valiosas para el análisis y desarrollo del producto.

Figura 17. Participantes del grupo focal

Nota. Evidencia de Focus Group realizado por Roxana Pibaque (Encargada de la preparación de la masa y la pizza), Lorena Pérez, Issac Pinargote y Janina Baque (Moderadores).

Conclusiones generales del grupo focal

Experiencia General con Productos Sin Gluten

Los participantes compartieron diversas experiencias con productos sin gluten, indicando que algunos han sido bien acogidos, mientras que otros no han satisfecho sus expectativas. Algunos indicaron haber experimentado con galletas y panes sin gluten, y a pesar de que algunos resultaron placenteros, otros mostraron texturas o sabores que no se equiparan a los productos convencionales. En términos generales, se notó que la calidad de estos artículos puede fluctuar significativamente entre distintas marcas.

Respecto a las marcas, varios participantes expresaron que han experimentado con productos de marcas conocidas, aunque no todos tenían conocimiento de las alternativas existentes en el mercado. Los individuos con vivencias favorables enfatizaron la importancia de la textura y el gusto, mientras que otros indicaron que algunos productos sin gluten

pueden parecer más secos o menos apetecibles que sus competidores convencionales. Respecto a la apreciación de calidad, algunos participantes no detectaron variaciones importantes, mientras que otros sí detectaron alteraciones significativas en el gusto y la textura.

Percepción de la Harina de Garbanzo

La harina de garbanzo fue identificada por diversos participantes, quienes expresaron un interés en su utilización en productos alimenticios. Algunos indicaron que esta harina representa una alternativa nutricional y versátil, idónea para una variedad de preparaciones. No obstante, no todos habían tenido la oportunidad de degustar pizza o una masa elaborada con harina de garbanzo; sin embargo, mostraron interés en experimentar con ella.

Los individuos que han experimentado productos elaborados con harina de garbanzo han manifestado experiencias favorables, destacando su sabor y textura. Respecto a las propiedades requeridas en una masa de pizza, los participantes indicaron que el sabor debe ser similar al de una pizza tradicional, además de poseer una textura agradable y un valor nutricional óptimo. La integración de estos componentes es esencial para que los consumidores se sientan complacidos con el producto.

Preferencias y Necesidades

Los participantes indicaron que persiguen atributos particulares en una pizza saludable, subrayando que el sabor característico de la pizza tradicional es uno de los elementos más significativos. Además, indicaron que la masa debe presentar una saciedad suficiente para que tanto niños como adultos la ingieran sin objeciones. Con respecto a los ingredientes adicionales, se recomendó incorporar alternativas tales como proteínas,

vegetales y alternativas al queso, dado que no todos los consumidores muestran preferencia por los productos lácteos.

En relación con las alternativas de presentación, los participantes de estudio muestran una preferencia por porciones de manejo sencillo y dimensiones que se ajusten a diversas necesidades, tales como porciones individuales o familiares. Adicionalmente, se enfatizó la relevancia de un empaque que sea tanto atractivo como funcional, garantizando así la preservación de la frescura del producto.

Figura 18. Presentación de la masa Salud&Pizza

Nota. Foto tomada durante el proceso de Focus Group

Figura 19. Dinámica de degustación de Salud&Pizza por los participantes

Nota. Foto tomada durante el proceso de Focus Group

Percepción de Salud&Pizza

La propuesta de Salud&Pizza de ofrecer pizzas sin gluten, fabricadas con harina de garbanzo, fue bien acogida por los participantes, quienes la percibían como una alternativa innovadora y saludable. Las expectativas en términos de sabor y calidad son considerablemente altas, dado que los consumidores aspiran a un producto que no solo sea saludable, sino que también conserve el sabor y la textura de una pizza tradicional.

Sin embargo, ciertos participantes identificaron obstáculos para experimentar o adquirir este tipo de producto, tales como la falta de familiaridad con la harina de garbanzo y la percepción de que los productos sin gluten pueden implicar un costo más elevado. La

instrucción acerca de las ventajas de la harina de garbanzo y la promoción de su sabor podrían constituir tácticas eficaces para superar estos obstáculos.

Comentarios Finales

Los participantes expresaron un interés general los productos sin gluten y manifestaron su disposición para experimentar con nuevas opciones. Algunas personas expresaron su deseo de obtener más información acerca de los beneficios nutricionales de Salud&Pizza. En relación con la recomendación del producto a amigos o familiares, la mayoría mostró disposición para hacerlo, especialmente si el producto cumple con sus expectativas de sabor y calidad. Esta disposición a sugerir se basa en la exploración de opciones más saludables y la curiosidad por experimentar con algo novedoso.

Así mismo, los participantes comentaron que es fundamental colocar las pizzas en cajas en lugar de fundas. Argumentaron que las cajas son esenciales para mantener la estructura del producto, especialmente porque se trata de pizzas congeladas. Mencionaron que las cajas ayudan a evitar que las pizzas se deformen o se dañen al apilarse, además de protegerlas de la humedad. En general, coincidieron en que este tipo de empaque es crucial para asegurar que el producto llegue al consumidor en óptimas condiciones.

Figura 20. Presentación del empaque de Salud&Pizza

Nota. Foto tomada durante el proceso de Focus Group

Validación de segmento de mercado

La validación del segmento de mercado del producto Salud&Pizza ha sido realizada mediante entrevistas, Focus Group y el proceso de degustación. Estas técnicas metodológicas han facilitado la comprensión de las preferencias, requerimientos y expectativas de los posibles consumidores, en particular de aquellos que necesitan mantener una alimentación sin gluten. El público objetivo comprende clientes diagnosticados con enfermedad celíaca con intolerancia al gluten, así como una nueva población cada vez más interesada en los hábitos de alimentación saludables, lo que representa una oportunidad de gran importancia en el panorama actual de este sector.

Los resultados de las entrevistas indicaron que los consumidores con enfermedad celíaca buscan productos que no solo sean seguros y libres de gluten, sino que también ofrezcan un sabor y una textura que se asemejen a los de los productos convencionales. Este feedback se complementó con las perspectivas de un chef profesional y un gastroenterólogo, quienes resaltaron la importancia de innovar en el diseño y la elaboración de productos sin gluten. El chef enfatizó que la calidad de los ingredientes y las técnicas de preparación son esenciales para proporcionar una experiencia culinaria agradable, mientras que el gastroenterólogo destacó la necesidad de asegurar que los productos sean no solo seguros, sino también nutritivos. Esto resalta la necesidad de desarrollar un producto que no solo cumpla con las exigencias dietéticas, sino que también ofrezca una experiencia culinaria satisfactoria, lo cual se alinea perfectamente con la propuesta de Salud&Pizza.

El grupo de enfoque generó un ambiente activo para que los integrantes expresaran, dialogaran y compartieran experiencias relacionadas con los productos sin gluten. De las

discusiones se concluyó que, aunque ciertos productos han conseguido una posición ventajosa en el mercado, otros fracasan debido a que no satisfacen las expectativas en términos de sabor y textura. Un aspecto fundamental que se abordó por los participantes fue la necesidad de innovar en la creación de productos libres de gluten; la masa de pizza elaborada con harina de garbanzo podría ser exitosa si se atienden los desafíos. Este tipo de observaciones son fundamentales para el avance del producto, de tal manera que se puedan mejorar las recetas y, en el futuro, que el mercado las acepte de manera más favorable.

De igual forma, la sesión de degustación resultó ser esencial para evaluar la propuesta, debido a que los participantes evaluaron la masa de pizza en función del sabor, la textura y el aspecto, siendo este el aporte más significativo para considerar si se quiere posicionar el producto en el mercado. Las opiniones recogidas en este proceso no solo evidenciaron que la masa de garbanzo puede sustituir a las demás, sino que también subrayaron la relevancia de la presentación y, en términos generales, la experiencia del consumidor al degustar pizza.

Finalmente, se evidencia que existe una demanda creciente de productos libres de gluten que, indudablemente, sean seguros y deliciosos. Esta validación se basa en la relación directa entre las características del producto y las necesidades emergentes de un mercado cada vez más consciente de sus elecciones alimenticias, que busca alternativas que no solo tengan buen sabor, sino que también favorezcan su bienestar y salud integral.

Testing (Designing Strong Experiments)

Salud&Pizza busca innovar en el campo de las masas para pizza mediante el desarrollo de una propuesta nutricional basada exclusivamente en harina de garbanzo. El

objetivo principal es crear una alternativa gastronómica que no solo ofrezca un perfil nutricional superior, sino que también garantice una experiencia sensorial satisfactoria.

A través de un proceso de degustación, se han realizado pruebas preliminares para evaluar aspectos fundamentales como sabor, textura y apariencia, con el fin de asegurar que la masa de pizza mantenga la integridad nutricional del garbanzo y, al mismo tiempo, proporcione una experiencia culinaria atractiva para los consumidores. Esto permitirá realizar los ajustes necesarios en la formulación, buscando crear un conjunto de ingredientes y procesos que equilibre perfectamente los beneficios nutricionales con la experiencia gastronómica.

La degustación se llevó a cabo en el local de La Garzota I, ubicado al norte de Guayaquil, donde fueron seleccionados dos personas del sector. Este grupo de personas se formó para realizar un análisis sensorial detallado, con el objetivo de obtener retroalimentación objetiva y técnica sobre las características sensoriales de la propuesta culinaria innovadora.

Durante la sesión de degustación, los participantes examinaron de cerca diferentes aspectos de la masa de pizza, centrándose en parámetros clave como el sabor, la textura, la consistencia y la apariencia. Los participantes probaron porciones de pizza con la base elaborada con harina de garbanzo, analizando factores como la textura, la sensación en boca, el color y las características generales de la masa.

Los resultados de esta evaluación sensorial aportarán información valiosa al equipo de desarrollo de Salud&Pizza. Los comentarios, opiniones y sugerencias recopilados serán la base básica para modificar y mejorar la fórmula de la mezcla.

Proceso de degustación

Tabla 7. Guía para el proceso de degustación

Sección	Descripción
Objetivo del Grupo Focal	Recopilar información sobre las preferencias, necesidades y percepciones de los consumidores respecto a las pizzas sin gluten elaboradas con harina de garbanzo.
Duración	1 hora y 15 minutos

Introducción (10 minutos)

Breve presentación de los moderadores y participantes.

Los moderadores se presentarán brevemente, al igual que los participantes, para establecer un ambiente de confianza y colaboración.

Explicación del objetivo del grupo focal y la importancia de la participación.

Se explicará que el objetivo del grupo focal es recopilar opiniones sobre las pizzas sin gluten de Salud&Pizza, subrayando la importancia de la participación de cada uno para enriquecer la discusión.

Reglas básicas para la discusión.

Se recordarán algunas reglas básicas, como respetar los turnos de palabra y ser honestos y abiertos en las opiniones, para asegurar un diálogo constructivo.

Preguntas de Discusión (60 minutos)

Sección 1: Experiencia General

1. Primera Impresión:

¿Cuál fue su primera impresión al ver la masa de pizza? Describa sus pensamientos y sentimientos.

2. Comparación con Productos Tradicionales:

¿Cómo describiría la apariencia de la masa de pizza en comparación con las masas de pizza tradicionales? ¿Qué aspectos le llamaron la atención?

3. Aroma:

¿Qué le pareció el aroma de la masa de pizza? ¿Le resultó atractivo o poco apetitoso?

Sección 2: Sabor y Textura

4. Sabor:

¿Cómo describiría el sabor de la masa de pizza? ¿Qué sabores específicos notó y cómo se sintió al respecto?

5. Textura:

¿Qué opina sobre la textura de la masa? ¿Cómo se sintió al morderla y masticarla?

6. Comparación de Sabor:

Si ha probado otras masas de pizza sin gluten, ¿cómo describiría el sabor de esta en comparación? ¿Qué diferencias notó?

7. Preferencias de Sabor:

¿Qué sabores adicionales le gustaría que se incorporaran a la masa de pizza?

Sección 3: Aceptación y Preferencias

8. Intención de Compra:

Si esta masa de pizza estuviera disponible en el mercado, ¿consideraría comprarla? ¿Por qué sí o por qué no?

9. Frecuencia de Consumo:

¿Con qué frecuencia consume productos sin gluten? ¿Cree que esta masa podría convertirse en una opción regular para usted?

10. Opiniones sobre la Presentación:

¿Qué tipo de presentación o acompañamientos considera que atraerían más a los clientes para una masa de pizza sin gluten?

Sección 4: Percepciones sobre la Harina de Garbanzo

11. Conocimiento sobre la Harina de Garbanzo:

¿Qué sabe sobre la harina de garbanzo? ¿La ha utilizado antes en su cocina?

12. Opiniones sobre el Uso de Harina de Garbanzo:

¿Qué piensa sobre el uso de harina de garbanzo en productos alimenticios? ¿Cree que es una buena alternativa?

Sección 5: Comentarios Finales

13. Sugerencias de Mejora:

¿Qué aspectos de la masa de pizza le gustaría que se mejoraran? ¿Hay algo que le gustaría ver en futuras versiones del producto?

14. Comentarios Generales:

¿Qué tan importantes son los beneficios nutricionales al elegir un producto alimenticio?

¿Hay algo más que le gustaría compartir sobre su experiencia con la masa de pizza de Salud&Pizza?

Cierre (5 minutos)

Resumen de los puntos clave discutidos.

Al finalizar la sesión, se hará un resumen de los puntos clave discutidos, destacando las ideas y sugerencias más relevantes.

Agradecimiento a los participantes.

Se agradecerá a todos los participantes por su tiempo y valiosas contribuciones, reconociendo la importancia de su papel en este proceso.

Información sobre los próximos pasos y cómo se utilizarán sus comentarios.

Se informará sobre los próximos pasos a seguir y cómo se utilizarán sus comentarios para mejorar el producto Salud&Pizza, asegurando que sus opiniones tengan un impacto real.

Notas para el Moderador

- Mantener la conversación de forma abierta como un foro de discusión.
- Fomentar la participación de todos.
- Tomar notas detalladas de las respuestas y comentarios.

Nota. Elaborado por autores

Figura 21. Masa para la degustación (sin toppings)

Nota. Foto tomada durante el proceso de pruebas para la degustación realizado por Roxana Pibaque

Figura 22. Pizza elaborada con Salud&Pizza (masa de pizza y toppings añadidos)

Nota. Foto tomada durante el proceso de pruebas para la degustación realizado por Roxana Pibaque

Figura 23. Participante del proceso de degustación, Inés Arámbulo

Nota. Foto tomada durante el proceso de degustación realizado por Lorena Pérez

Figura 24. Participante del proceso de degustación, Juana Vargas

Nota. Foto tomada durante el proceso de degustación realizado por Lorena Pérez

Conclusiones generales de la degustación

Experiencia General

La evaluación inicial de las participantes al observar detenidamente la deliciosa y tentadora masa de pizza recién horneada fue sumamente favorable y positiva. La describieron detalladamente como una mujer sumamente delicada y extremadamente atractiva, con un color inusual y diferente al de la masa tradicional, lo cual generó una gran expectativa y curiosidad entre quienes la observaban.

La masa de pizza se distinguió por presentar un color y una textura notablemente diferentes en contraste con las masas convencionales, las cuales generalmente se caracterizan por ser más pálidas y compactas. Las participantes detallaron cuidadosamente que la masa de garbanzo presentaba un color notablemente más amarillento y una textura más delicada, lo cual les resultó muy interesante.

Las participantes consideraron que el aroma suave y delicioso de la masa recién horneada era sumamente atractivo y tentador. Además, expresaron que su fragancia era sumamente agradable y les resultó verdaderamente apetitosa, lo cual contribuyó significativamente a una experiencia sumamente placentera al degustarla.

Sabor y Textura

La evaluación del sabor es esencial, dado que constituye uno de los factores primordiales que determinan la aceptación del producto. Los consumidores buscan un sabor similar al de las pizzas tradicionales, lo que indica que la formulación debe enfocarse en preservar dicho perfil gustativo.

Se calificó el sabor de la masa como distintivo, con las participantes identificando un toque sutil de garbanzo. Sin embargo, ambas opiniones coincidieron en que el sabor era agradable y no se asemejaba a una masa de pizza tradicional, lo cual resultó ser una grata sorpresa.

La textura de la masa fue objeto de admiración debido a su esponjosidad y suavidad. Se señaló que, al morderla y masticarla, se sentía ligera y no pesada, lo cual fue aceptado con agrado. Ninguna de las dos había tenido la oportunidad de degustar otras masas de pizza sin gluten. Sin embargo, aquellos que sí lo hicieron observaron que esta masa presentaba una textura y un sabor distintivos, con una sensación de gránulos que la distinguía de las masas tradicionales. Se destacó la singularidad de la masa de garbanzo, lo cual sugiere que están preparados para explorar nuevos sabores.

Aceptación y Preferencias

Es esencial comprender la disposición a adquirir el producto para evaluar el potencial de mercado de este. En caso de que los participantes muestren interés en realizar una compra, esto indica que existe una potencial demanda.

Las participantes del estudio expresaron de manera contundente su interés en adquirir la masa de pizza en caso de que estuviera disponible en el mercado, principalmente debido a su exquisito sabor y a los múltiples beneficios que aporta a la salud.

Se mencionó en la discusión que algunos consumen productos sin gluten de manera ocasional, mientras que varios participantes indicaron que esta masa sin gluten podría convertirse en una opción habitual para ellos, especialmente por razones relacionadas con su bienestar y su estilo de vida saludable.

Se planteó la idea de que una presentación visualmente atractiva, similar a un envoltorio que mantenga la integridad de la masa, podría resultar en un mayor interés por parte de una cantidad más amplia de clientes potenciales. Además, se resaltó la importancia y la necesidad de incluir de manera clara y detallada datos relevantes acerca del producto en el empaque.

Percepciones sobre la Harina de Garbanzo

Las percepciones acerca de la harina de garbanzo podrían afectar la aceptación del producto. Si los consumidores perciben la harina de garbanzo como una alternativa saludable y nutritiva, esto podría incrementar su propensión a degustar la pizza.

Las participantes estaban bastante familiarizadas con la harina de garbanzo y la veían como una opción sumamente interesante y novedosa, aunque no todos habían tenido la oportunidad de incorporarla previamente en su cocina casera. Ambas estuvieron de acuerdo

en que la decisión de emplear harina de garbanzo en la elaboración de productos alimenticios representa una opción sumamente acertada, sobre todo para aquellas personas que presentan sensibilidad al gluten, enfatizando así las ventajas nutricionales que esta elección conlleva.

Comentarios Finales

Esta parte ofrece a los participantes la posibilidad de meditar acerca de la importancia de las ventajas nutricionales. Si los compradores sienten que el producto ofrece beneficios considerables, esto puede transformarse en un fuerte estímulo para la adquisición.

Se sugirió que sería conveniente considerar la posibilidad de que la masa pudiera ser un poco más fina y que sería recomendable trabajar en la mejora de la presentación del empaque con el objetivo de hacerlo más atractivo visualmente.

Los beneficios nutricionales y el valor para la salud fueron cuidadosamente evaluados y tomados en cuenta por las participantes al momento de seleccionar un producto alimenticio para recomendar. Su opinión de que la masa elaborada con harina de garbanzo podría constituir una alternativa sumamente beneficiosa para la salud y exquisita al paladar, despertando así el interés de ciertas personas en la idea de compartirla con sus seres queridos y amistades cercanas.

Encaje de la Propuesta de Valor con Perfil del Cliente (Product-Market Fit)

Propuesta de valor

La propuesta de valor del producto salud y pizza se ha elaborado a través de un proceso de alineación con las necesidades y expectativas del mercado meta. Esta se ha

centrado en adquirir una comprensión detallada de las necesidades de los consumidores, lo que facilita que el producto cumpla con estas exigencias. Salud&Pizza es una alternativa perfecta para aquellos que buscan opciones que, además de tener un sabor agradable, satisfagan criterios de salud y bienestar, proporcionando una masa fabricada con harina de garbanzos totalmente libre de gluten y rica en proteínas y fibra.

Además de ofrecer ventajas nutricionales significativas, la masa de pizza fabricada con harina de garbanzo satisface los requerimientos de consumidores con enfermedad celíaca, personas intolerantes al gluten y aquellos que buscan alternativas más saludables en su alimentación. Este énfasis en la calidad y el gusto garantiza que los clientes no solo se sientan satisfechos, sino que también dispongan de alternativas saludables. Del mismo modo, el compromiso de salud y pizza con la sostenibilidad concuerda con los valores de los consumidores que están conscientes de la salvaguarda del medio ambiente, reforzando no solo la economía local, sino que también captando la atención de un público que valora el desarrollo sostenible en sus elecciones de adquisición.

Perfil del cliente

Tabla 8. Perfil del cliente (Product-Market Fit)

Características del Cliente	Necesidades del Cliente	Propuesta de Valor de Salud&Pizza	Cómo Salud&Pizza Satisface la Necesidad
Demográficos (personas celíacas y con intolerancia al gluten, así como consumidores interesados en opciones saludables, 18-65 años)	Buscan alternativas de comida que sean libres de gluten y nutritivas	Masa de pizza elaborada con harina de garbanzo, 100% libre de gluten, rica en proteínas y fibra	Ofrece una opción segura y nutritiva que satisface las necesidades dietéticas de quienes deben evitar el gluten
Estilo de vida saludable y activo (interesados en la nutrición y el bienestar)	Productos que complementen un estilo de vida saludable	Alternativa de masa de pizza que no solo es libre de gluten, sino que también es rica en nutrientes	Salud&Pizza proporciona una opción deliciosa y nutritiva que se alinea con un estilo de vida saludable

Conciencia sobre la sostenibilidad (consumidores preocupados por el medio ambiente)	Preferencia por productos elaborados con ingredientes locales y sostenibles	Uso de ingredientes locales de calidad en la elaboración de la masa	Promueve la economía local y reduce la huella de carbono al utilizar ingredientes sostenibles
Búsqueda de experiencias gastronómicas únicas	Deseo de disfrutar de sabores y texturas agradables sin gluten	Sabor y textura de la masa de pizza que preserva las características de la pizza tradicional	Ofrece una experiencia culinaria que combina sabor y salud, diferenciándose de las opciones sin gluten convencionales
Accesibilidad y conveniencia (consumidores en centros urbanos, interesados en opciones rápidas y saludables)	Productos fáciles de encontrar y consumir	Disponibilidad en supermercados locales y de fácil preparación	Facilita el acceso a una opción de comida rápida y saludable, ideal para la vida ocupada en la ciudad
Psicografía (interés por la salud, la nutrición y la calidad de los alimentos)	Productos que reflejen valores personales y apoyen un estilo de vida saludable	Propuesta de valor centrada en la calidad y la experiencia del cliente	Salud&Pizza se posiciona como una elección que resuena con los valores de salud y bienestar del consumidor

Nota. Elaborado por autores

Product – Market fit

Prototipo y pruebas de concepto

Se ha creado un prototipo de masa de pizza con base de harina de garbanzo como ingrediente principal, junto otros ingredientes que aportan beneficios a la salud como el aceite de oliva. Con el fin de asegurar que el producto sea completamente libre de gluten y, al mismo tiempo, pueda proporcionar un alto contenido de proteínas y fibra, convirtiéndolo en una opción nutritiva para los consumidores con restricciones alimenticias específicas o que buscan alternativas saludables de consumo. El diseño del prototipo se ha realizado con el objetivo de preservar las características de sabor y textura de una pizza tradicional, garantizando que los clientes no sientan que están comprometiendo la calidad debido a sus necesidades dietéticas.

Se desarrolló una prueba de concepto mediante el proceso de degustación en las que se invitó a un grupo de personas escogidas dentro de los parámetros de delimitación del plan de negocio. Durante esta sesión, se evaluaron diferentes aspectos del producto, incluyendo sabor, textura, y la percepción general de la experiencia gastronómica. Los resultados fueron muy positivos, con una gran aceptación del producto por parte de los participantes.

Retroalimentación positiva del cliente

Antes de su lanzamiento, se han realizado pruebas de producto, y degustaciones que han generado retroalimentación positiva de los potenciales consumidores. Los participantes han destacado la calidad y el sabor de la masa de pizza elaborada con harina de garbanzo, así como su valor nutricional. Esto sugiere que, al entrar al mercado, Salud&Pizza tiene el potencial de cumplir con las expectativas de los clientes, lo que es relevante para su éxito.

El feedback recibido durante la degustación y el grupo focal fue positivo y tiene un papel crucial en la evolución del producto Salud&Pizza. Los asistentes manifestaron su complacencia con el gusto y la consistencia de la masa hecha con harina de garbanzo, resaltando que se parecía significativamente a las pizzas tradicionales. Esta valoración no solo corrobora el empeño en la elaboración del producto, sino que también subraya la eficacia de los métodos de preparación empleados. Los comentarios favorables acerca de la experiencia de degustación señalan que Salud&Pizza ha conseguido satisfacer las expectativas de los consumidores celíacos, que buscan alternativas que sean a la vez seguras y sabrosas.

Además, el grupo focal posibilitaron que los participantes expresaran sus puntos de vista y propuestas de forma honesta, lo que potenció aún más la retroalimentación. Muchos

de los presentes mostraron interés en conocer más alternativas de sabores y mezclas, lo que indica un interés por la diversidad y la innovación. Este tipo de interacción no solo refuerza la vinculación entre la marca y los clientes, sino que también ofrece datos útiles para futuras mejoras y desarrollos de productos. El feedback favorable recibido en estas sesiones demuestra el potencial de Salud&Pizza para establecerse como una alternativa predominante en el sector de alimentos sin gluten, mientras se ajusta a las preferencias y requerimientos de su público meta.

Crecimiento sostenible

La estrategia de Salud&Pizza se centra en un crecimiento sostenible, con planes para supervisar las ventas y la satisfacción del cliente de manera continua, a través de encuestas de satisfacción. Se anticipa que, al alinearse con las tendencias de salud y bienestar, el producto no solo captará la atención de nuevos clientes, sino que también fomentará su lealtad, esto representa una oportunidad de crecimiento en el largo plazo.

Colaboraciones estratégicas

El objetivo es establecer colaboraciones estratégicas con supermercados reconocidos a nivel nacional como Supermaxi, además de locales de conveniencia que incorporen en sus productos alimentos libres de gluten. Estas alianzas permitirán la incorporación del producto en el mercado, capitalizando la regularidad de las compras de los consumidores en estos lugares de compra específicos y la disposición de las organizaciones hacia productos novedosos y saludables. Además, se busca formar alianzas con entidades dedicadas a la alimentación sin gluten, para llevar a cabo campañas de educación en nutrición, y para participar en ferias de gastronomía.

Feedback de expertos

Se recolectará datos de chefs expertos y gastroenterólogos, quienes brindarán su conocimiento sobre las tendencias en la alimentación, limitaciones en la alimentación y ventajas de ingerir alimentos libres de gluten. Se realizarán entrevistas con estos especialistas para entender sus puntos de vista sobre el producto, además de proporcionar degustaciones en diferentes preparaciones para obtener una retroalimentación directa y útil.

Campaña de marketing en redes sociales

La estrategia de comunicación digital de Salud&Pizza incluye una campaña en medios centrada en los beneficios nutricionales de la masa de pizza, principalmente que el producto es 100% libre de gluten. La campaña se implementará en redes sociales, y estará diseñada para educar y captar el interés de la audiencia sobre las características saludables del producto utilizando contenido informativo y atractivo.

Como parte del plan de marketing, se realizará un seguimiento sobre la interacción y captación de los usuarios. Esto realizará a través de métricas específicas, y la recopilación de datos relevantes para que, una vez procesados, proporcionen un enfoque adecuado para ajustar y optimizar la estrategia de difusión de información y asegurar que se cumpla con las expectativas de los potenciales consumidores interesados en comida saludable.

También se considera la contratación de un profesional en gestión de contenidos digitales con experiencia en campañas de nutrición y marketing de alimentos. Este experto será necesario para desarrollar comunicaciones estratégicas, crear contenido valioso, gestionar interacciones en plataformas digitales y ampliar el alcance de la campaña,

contribuyendo con la consolidación de Salud&Pizza como una alternativa innovadora en el mercado de alimentos sin gluten.

Análisis competitivos

Para reconocer y valorar a los rivales que comercializan productos de propiedades parecidas, como masas de pizza fabricadas con opciones sin gluten y harinas alternativas (como la de almendra y coco), se realizará un estudio de mercado integral. En esta investigación se evaluarán sus costos, calidad, gusto y tácticas de marketing. Se analizarán el potencial y los riesgos del mercado, junto con los beneficios e inconvenientes de estos rivales. Esta táctica posibilitará que Salud&Pizza se comercialice exitosamente destacando sus beneficios exclusivos, como la utilización de harina de garbanzo, que posee un elevado valor nutricional y, principalmente, es libre de gluten, lo que posee la capacidad de captar a clientes con necesidades dietéticas particulares.

Eventos de lanzamiento con participación del público

En colaboración con la Fundación Celíacos Ecuador, se organizará un evento promocional a través de las ferias que realiza la organización con el fin de que la comunidad celíaca pueda probar la masa de pizza Salud&Pizza. Además de dar a los posibles clientes la oportunidad de probar el producto por sí mismos, se contará con presentaciones informativas sobre el valor de una dieta sin gluten y las ventajas nutricionales de los ingredientes. Esto con el propósito de generar más la confianza de los usuarios en el producto y fomentar el sentido de comunidad, la participación de la organización sensibilizará sobre las necesidades de los celíacos.

En esta feria, se podrá implementar, además, el prototipo de servicio en el que los participantes puedan elaborar su propia pizza con la masa Salud&Pizza, como una clase de

cocina, que tiene el potencial de constituir una experiencia diferente e instructiva para los consumidores que mejore la percepción de esta alternativa alimenticia y los acerque a la marca.

Prototipo 2.0 (Mejora del prototipo)

En esta fase de prototipado, el objetivo es perfeccionar el producto mediante la aplicación de mejoras basadas en pruebas de sabor y en las preferencias de los consumidores. Esta nueva iteración del producto incluirá ajustes en la formulación de la masa, como la incorporación de ingredientes adicionales que potencien el sabor y la textura, así como la optimización de la proporción de harina de garbanzo y otros componentes. Además, se explorarán nuevas combinaciones de especias para enriquecer la experiencia del consumidor a nivel gastronómico.

Además, se realizarán evaluaciones de horneado para asegurar que la masa conserva su integridad y sabor durante el proceso de horneado, garantizando que satisface las normas de calidad y satisface a los consumidores. El prototipo 2.0 no se limitará a la calidad del producto, sino que también contemplará aspectos como la presentación y el empaquetado, con el objetivo de lograr una imagen atractiva y sostenible que respete los valores de los consumidores comprometidos con el medio ambiente. Esta etapa de optimización validará el concepto Salud&Pizza y asegurará que el producto final cumpla con las expectativas del mercado previo a su introducción en el mercado.

Ingredientes de la masa de pizza (versión mejorada)

- Harina d garbanzo 250 gr
- Harina d arroz 100 gr

- Almidón de yuca 100 gr
- Almidón de maíz 45 gr
- Goma xantana 5 gr
- Tomillo seco 2 gr
- Agua (cantidad necesaria para obtener la consistencia deseada)

Pasos de preparación

1. **Mezcla de ingredientes secos**

   En un tazón grande, se combinan la harina de garbanzo, la harina de arroz, el almidón de tapioca, la goma xantana y la sal. Es fundamental mezclar bien estos ingredientes secos para garantizar que estén distribuidos de manera uniforme.

2. **Incorporación de agua**

   Poco a poco, se añade agua a la mezcla de ingredientes secos. Este proceso debe hacerse gradualmente para evitar que la masa se vuelva muy líquida. Se utiliza un mezclador hasta que todos los ingredientes estén bien integrados y la masa comience a formarse.

3. **Amasado**

   Una vez que la masa ha tomado forma, se coloca sobre una superficie enharinada (se usa harina de garbanzo para prevenir que se pegue) y se amasa durante unos minutos. El objetivo es lograr una masa suave y elástica. Si la masa resulta demasiado pegajosa, se puede añadir un poco más de harina.

4. **Reposo de la masa**

La masa se cubre con un paño húmedo o se coloca en un recipiente cerrado y se deja reposar durante aproximadamente 30 minutos. Este paso es fundamental, ya que permite que los ingredientes se hidraten adecuadamente y mejora la textura de la masa.

5. División y formación

A continuación, la masa se divide en porciones según el tamaño de las pizzas que se van a preparar. Cada porción se extiende con un rodillo sobre una superficie enharinada hasta alcanzar el grosor deseado.

6. Precocción de la masa

Para convertir la masa en un producto precocido, las masas de pizza obtenidas se colocan en un horno precalentado a 180°C (350°F) durante aproximadamente 5-7 minutos, o hasta que estén ligeramente doradas. Este proceso ayuda a que la masa mantenga su forma y textura al ser congelada.

7. Envasado al vacío

Una vez que las bases de pizza están precocidas y han enfriado, se colocan en las fundas al vacío. Este tipo de empaque proporciona una barrera protectora contra el oxígeno y otros elementos, lo que contribuye a mantener la calidad del producto y evita la oxidación. Además, al ser ecológico, contribuye al enfoque sostenible de Salud&Pizza.

8. Congelación

Finalmente, las fundas al vacío se colocan en el congelador, para posteriormente, distribuirlas. La masa de pizza Salud&Pizza estará lista para ser utilizada en cualquier

momento, simplemente descongelando y horneando según las preferencias del consumidor.

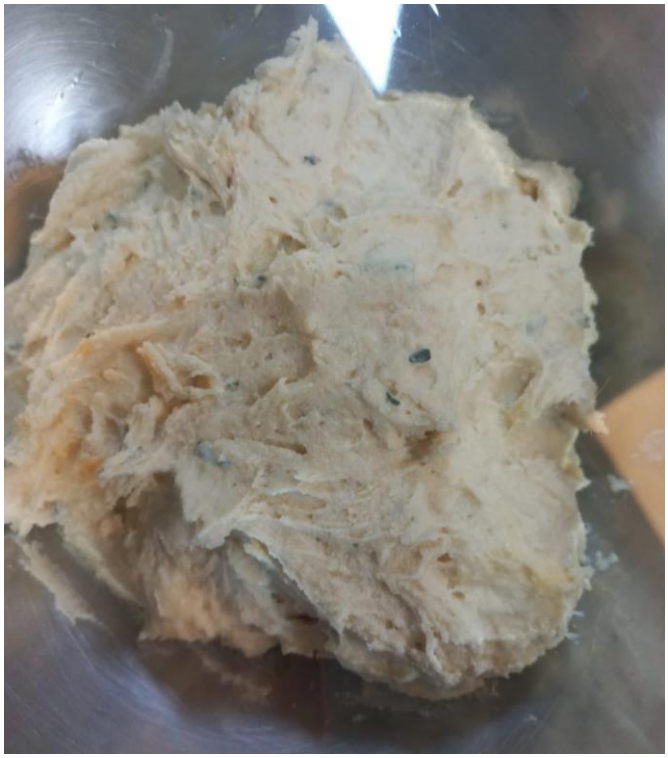
Figura 25. Selección de ingredientes

Nota. Imagen tomada durante las pruebas de prototipo.

Figura 26. Integración de ingredientes adquiridos y aprobados

Nota. Imagen tomada durante las pruebas de prototipo.

Figura 27. Reposo de la masa



Nota. Imagen tomada durante las pruebas de prototipo.

Figura 28. División y formación

Nota. Imagen tomada durante las pruebas de prototipo.

Figura 29. Precocción de la masa

Nota. Imagen tomada durante las pruebas de prototipo.

Figura 30. Empaque y etiquetado

Nota. Imagen tomada durante las pruebas de prototipo.

Figura 31. Producto envasado al vacío listo para congelar

Nota. Imagen tomada durante las pruebas de prototipo.

Adaptación a estándares o normativas

De acuerdo con SGS (2024), los requisitos específicos para que un producto obtenga la certificación de la GFCO (Organización de certificación de ausencia de gluten) son los siguientes:

1. Los productos terminados que exhiban el logotipo de la GFCO deben tener un contenido de gluten de 10 ppm o menos (SGS, 2024).
2. Todos los ingredientes utilizados en los productos certificados por la GFCO deben también contener 10 ppm o menos de gluten.
3. Los productos que obtienen la certificación de la GFCO no pueden incluir ingredientes derivados de la cebada.

4. Considerando que estos se producen con equipos y materias primas de alto riesgo deben ser sometidos a pruebas de manera continua.
5. Las plantas que elaboran productos certificados por la GFCO están obligadas a realizar, al menos, una auditoría anual y deben enviar regularmente productos terminados a la GFCO para su revisión (SGS, 2024).

La certificación de la GFCO se lleva a cabo en las instalaciones de las empresas que buscan obtenerla, estas deben pasar por auditorías, que comprenden una auditoría de carencias como preparación y una auditoría en el lugar. Además, están obligadas a enviar productos terminados a la organización para su revisión periódica. El proceso de certificación implica evaluar los sistemas de gestión de gluten de la empresa, así como realizar pruebas de los productos para garantizar que cumplen con los estándares establecidos (SGS, 2024).

Mejora del logo

Figura 32. Logo mejorado

Nota. Diseño más llamativo con información sobre certificación y mencionando que es “Apto para celíacos”

Medir datos y análisis de resultados de investigación de mercado

Este componente estratégico es esencial para materializar el propósito de este proyecto, que consiste en proporcionar una opción alimentaria sin gluten y de sabor agradable. Esto se logra mediante un modelo de negocio adaptable y flexible que pueda acomodarse a las fluctuaciones del mercado de alimentos saludables, a través de un enfoque sistemático en la recolección y el análisis de la información.

Mediante las metodologías de recolección establecidas, se pueden recabar percepciones y opiniones sobre el producto, las cuales pueden tener un impacto significativo en la toma de decisiones. Además, se pueden identificar oportunidades para la innovación y el desarrollo continuo en la elaboración de la masa de pizza a base de harina de garbanzo. Mediante una evaluación integral de los datos recabados mediante entrevistas, grupo focal y grupo de degustación, será factible discernir las preferencias del consumidor, las tendencias del sector y la evolución nutricional, asegurando que el producto no solo satisfaga las exigencias contemporáneas, sino que se mantenga en sintonía con las fluctuaciones continuas del mercado.

Producto Mínimo Viable

La versión más elemental de la masa de pizza sin gluten de Salud&Pizza constituye la versión inicialmente introducida en el mercado con el objetivo de evaluar la respuesta de los consumidores y validar la propuesta de valor de la marca. Esta versión simplificada incorpora las características fundamentales requeridas para cumplir con las demandas primordiales de los clientes y recoger retroalimentación que facilite futuras mejoras.

Características específicas

Presentación

La masa de pizza se ofertará en paquetes ecológicos, seleccionados por su capacidad para preservar la frescura y la calidad del producto, además de ser una opción más favorable para el medio ambiente en comparación con los tradicionales.

Contenido

Salud&Pizza está elaborada con ingredientes de origen natural y de calidad, destacando por su formulación sin gluten, que no solo es saludable, sino que además ofrece un sabor excelente.

Enfoque en la sostenibilidad

La elección de un packaging ecológico refleja el compromiso con las prácticas responsables con el medio ambiente, un aspecto muy valorado por el público objetivo.

Objetivo PMV

- Confirmar si existe suficiente demanda de masa de pizza sin gluten en el mercado, enfocándose en los consumidores interesados en opciones alimenticias saludables y sostenibles.
- • Recabar datos significativos acerca de la aceptación del producto, las preferencias de sabor, la percepción del precio y la presentación, que se emplearán para efectuar modificaciones antes de efectuar una inversión considerable en producción y comercialización.
- Identificar oportunidades de mercado, en el contexto de la diversificación del producto original.

Importancia del PMV

Minimización del riesgo

Mediante la introducción de una versión básica del producto, se mitigan los riesgos financieros y operativos, facilitando la implementación de modificaciones en función de la respuesta auténtica del mercado.

Aprendizaje y adaptación

El PMV constituye un instrumento esencial para adquirir conocimientos directamente de la experiencia del mercado, facilitando a Salud&Pizza la adaptación y mejora acelerada del producto en respuesta a las necesidades y aspiraciones de los consumidores.

Landing Page

El propósito de la Landing Page de Salud&Pizza es captar la atención de los usuarios en búsqueda de alternativas nutricionales saludables y promover un estilo de vida saludable. Esta plataforma incorpora contenidos que ejemplifican la estrategia de la marca, poniendo especial énfasis en las ventajas de los alimentos sin gluten, la promoción de un estilo de vida activo y la instrucción nutricional.

La introducción subraya las ventajas y beneficios de la harina de garbanzos, un componente indispensable en la elaboración de la masa de pizza. Este material no solo proporciona a los usuarios detalles sobre las propiedades nutricionales de los ingredientes, sino que también tiene como propósito concientizar sobre la relevancia de seleccionar opciones saludables.

Con el objetivo de promover eficientemente Salud&Pizza pizza, la página de inicio se ha diseñado con el objetivo de ser atractiva y fomentar la confianza desde un enfoque estético. Promueven la evolución de una población que prioriza la salud y el bienestar mediante su cuidado diseño y cuidado cuidadoso.

Figura 33. Inicio de landing page

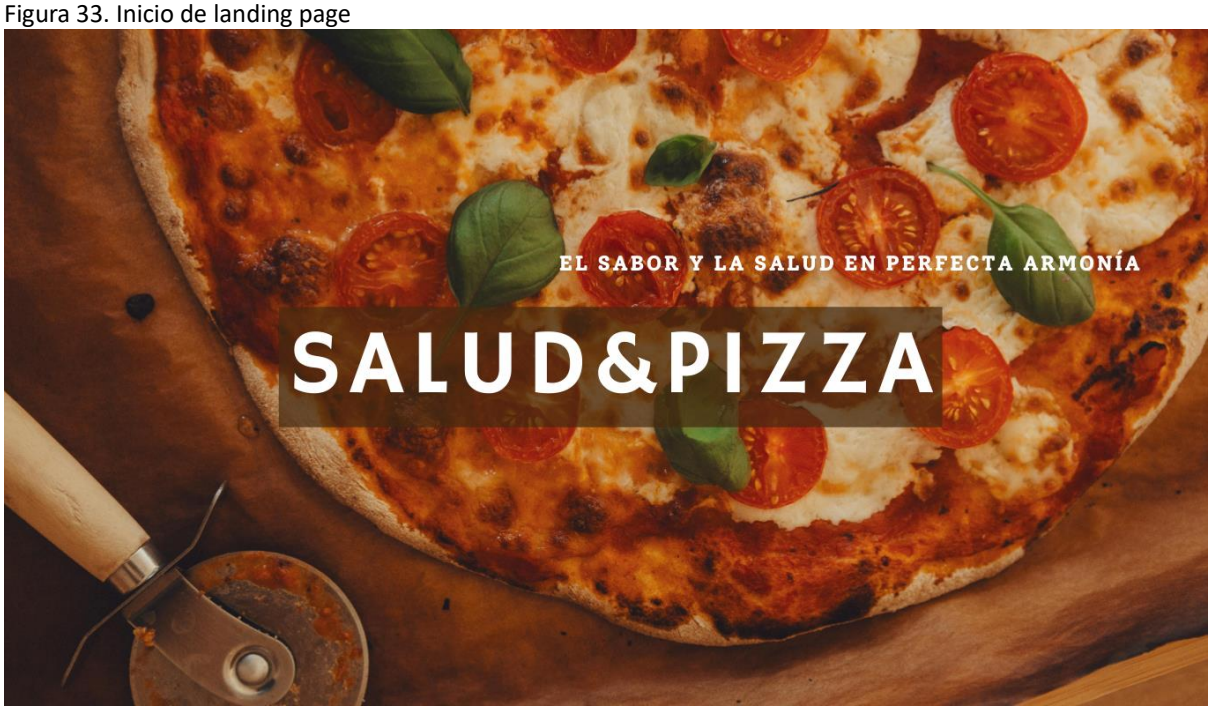
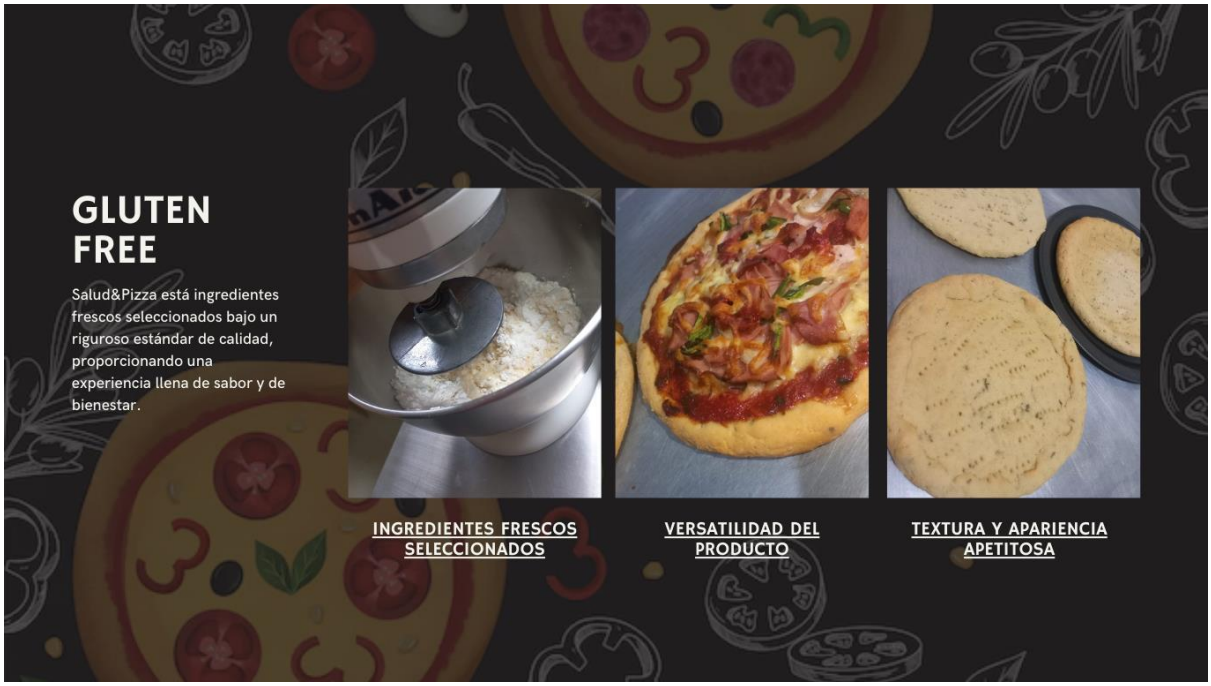


Figura 34. Propuesta de valor en landing page y llamado a la acción

Enlace: https://saludandpizza.my.canva.site/

Figura 35. Información sobre el producto



Enlace: https://saludandpizza.my.canva.site/

Figura 36. Testimonios de clientes

Enlace: https://saludandpizza.my.canva.site/

Figura 37. Certificaciones del producto

Enlace: https://saludandpizza.my.canva.site/

Figura 38. Localización del producto y llamado a la acción

Enlace: https://saludandpizza.my.canva.site/

Este elemento es un componente fundamental en la estrategia de posicionamiento de Salud&Pizza, dado que representa el punto de acceso principal para los usuarios que

buscan opciones alimenticias saludables. Su diseño es atractivo y suscita confianza, no solo debido a la clara presentación de la base de pizza elaborada con harina de garbanzos, sino también a la orientación que proporciona a los usuarios sobre los beneficios nutricionales de sus ingredientes. Mediante el fomento de una comunidad orientada hacia el bienestar, esta página no solo capta la atención de los posibles clientes, sino que también establece un vínculo emocional con ellos, promoviendo la lealtad hacia la marca y promoviendo un estilo de vida saludable.

Modelo de monetización

No existen modificaciones en este apartado, ya que se basa principalmente en la venta directa de la masa de pizza a través de distintos canales de distribución. Esto abarca la comercialización en tiendas de alimentos saludables y supermercados locales como:

- Supermaxi
- Mi Comisariato
- Tuti

Además, se considera pertinente la comercialización directa en exposiciones organizadas por fundaciones y entidades comprometidas con la nutrición saludable y libre de gluten que llevan a cabo sus actividades en Guayaquil. La diversificación de los canales de distribución tiene como objetivo expandir el alcance del producto. Adicionalmente, se implementarán tácticas de publicidad y mercadotecnia digital con el objetivo de captar la atención de consumidores que buscan opciones sin gluten y saludables.

Fase 6.

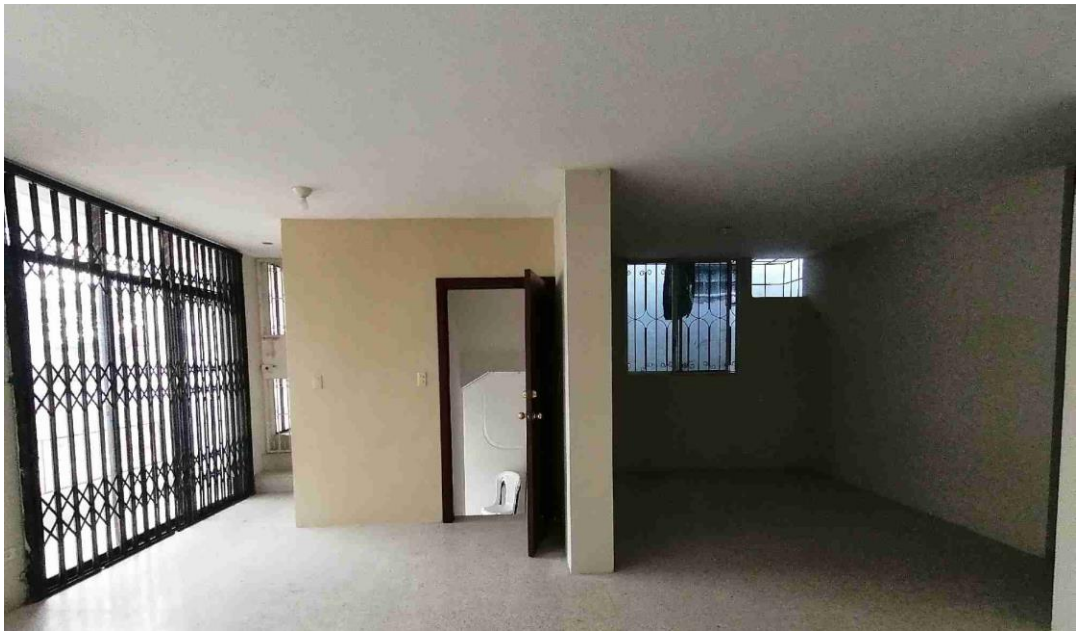
Estudio Técnico y Modelo de Gestión Organizacional

Localización

La instalación destinada a la elaboración de masa para pizza, elaborada con harina de garbanzo, se localizará en La Garzota I, una región distinguida en el norte de Guayaquil. Este criterio ha sido objeto de una evaluación holística considerando los componentes estratégicos, económicos y logísticos inherentes a una iniciativa comercial.

La elección de establecer la instalación industrial en este sector se fundamenta en múltiples factores estratégicos. Inicialmente, dicha región posee una conexión eficaz con los proveedores locales de los ingredientes fundamentales del producto, lo que representa una ruta accesible para la llegada de todas las materias primas necesarias para la producción. El norte de Guayaquil constituye también una de las principales áreas de acceso a vías de relevancia, permitiendo así una distribución sencilla a diversos puntos de la ciudad y sus zonas adyacentes.

Figura 39. Local en La Garzota I para producción de Salud&Pizza



Nota. Imagen obtenida de Inmobiliaria Orellana.

Las siguientes razones justifican la elección de La Garzota I como una ubicación para esta propuesta de negocio:

Acceso a proveedores de materias primas

En primer lugar, el local ubicado en La Garzota I posee la infraestructura necesaria para actividades industriales de pequeña escala, como es el caso de Salud&Pizza, y, simultáneamente, proporciona un lugar con servicios fundamentales a un precio asequible. Se corresponde con el presupuesto inicial de la empresa. En consecuencia, facilita una operación eficaz sin comprometer la calidad del producto ni las exigencias legales y sanitarias.

Proximidad al mercado objetivo

Guayaquil es la urbe de mayor población en Ecuador y un destacado núcleo comercial. La instalación de la fábrica en La Garzota I garantiza la proximidad con clientes potenciales, debido a que se encuentra conformada por establecimientos de alimentos,

supermercados y comercios minoristas que pueden presentar interés en alternativas alimenticias innovadoras y saludables.

Esto influye positivamente en la reducción de los costos de transporte en la adquisición de materias primas y la distribución de productos finales. Específicamente en el caso de Salud&Pizza, esto podría incrementar la competitividad de los precios al consumidor.

Además, permite establecer relaciones directas con los productores locales. Esto con el propósito de favorecer la sostenibilidad y el progreso económico de la zona. Resultando beneficioso desde una perspectiva social, y, también en el contexto de la competitividad, ya que mejora el posicionamiento de la marca entre los consumidores que aprecian los productos sostenibles.

Consideraciones Económicas

Se han establecido estrategias para asegurar que disponga de un espacio completamente funcional y accesible durante la fase inicial. El espacio renovado en La Garzota I tiene una tarifa de alquiler es de $550 por mes. En consecuencia, esto facilitará la realización de operaciones rentables mientras el negocio se posiciona en el mercado. Esta perspectiva se alinea con los objetivos de sostenibilidad corporativa de mantener operaciones rentables.

Potenciales mercados y distribución

Su proximidad a las áreas comerciales y residenciales del norte de Guayaquil proporciona la oportunidad de suministrar el producto Salud&Pizza a través de diversos puntos de venta estratégicos, entre los que se incluyen supermercados, mercados locales y establecimientos especializados en productos sin gluten. Adicionalmente, este punto facilita

una distribución adaptable a Guayaquil y otras regiones del país, optimizando de esta manera la utilización de los recursos disponibles.

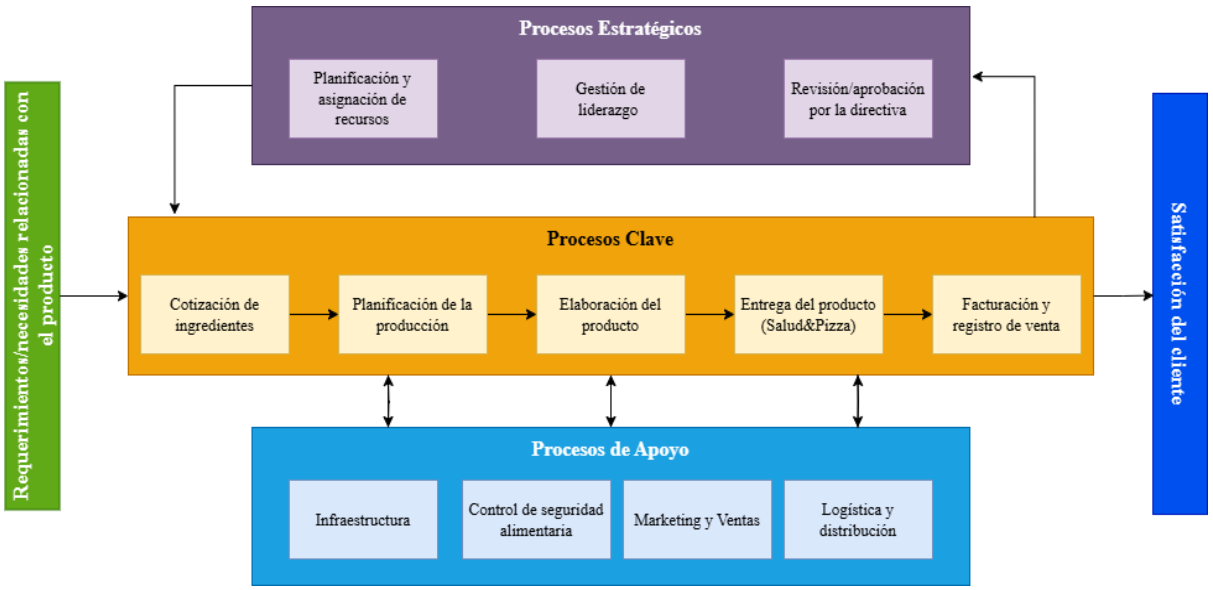
Logística y proyecciones

Las conexiones viales estratégicas y la cercanía a importantes áreas de intercambio comercial a nivel local ofrecen oportunidades para el desarrollo a largo plazo, como la expansión de las operaciones, que puede incluir la exportación de la masa. Estos diversos factores influyentes hacen que el sector de La Garzota I se posicione como un lugar sumamente relevante y atractivo para el desarrollo de diversas actividades productivas por parte de las empresas en el corto plazo. Además, se destaca como un espacio estratégico de gran potencial para la expansión empresarial a mediano y largo plazo.

Operaciones (Mapa de procesos)

Mapa de Procesos para Salud&Pizza

Figura 40. Mapa de Procesos



Nota. Elaborado por autores, a través de Mermaid.

Procesos Estratégicos

a) Entrada

- Objetivos estratégicos y recursos disponibles

b) Proceso

- Planificación y asignación de recursos
- Gestión de liderazgo
- Revisión/aprobación por parte de la dirección

c) Salida

- Instrucciones y objetivos estratégicos aprobados

Procesos Clave

a) Entrada

- Requerimientos/necesidades del cliente: producto sin gluten

b) Proceso

- Cotización de ingredientes
- Planificación de producción
- Elaboración de la masa de pizza

c) c) Salida

- Entrega de producto (Salud&Pizza)
- Facturación y registro de la venta

Procesos de apoyo

a) Entrada

- Recursos e infraestructura disponibles

b) Proceso

- Gestión de infraestructura
- Monitoreo de seguridad alimentaria
- Marketing y ventas
- Logística y distribución

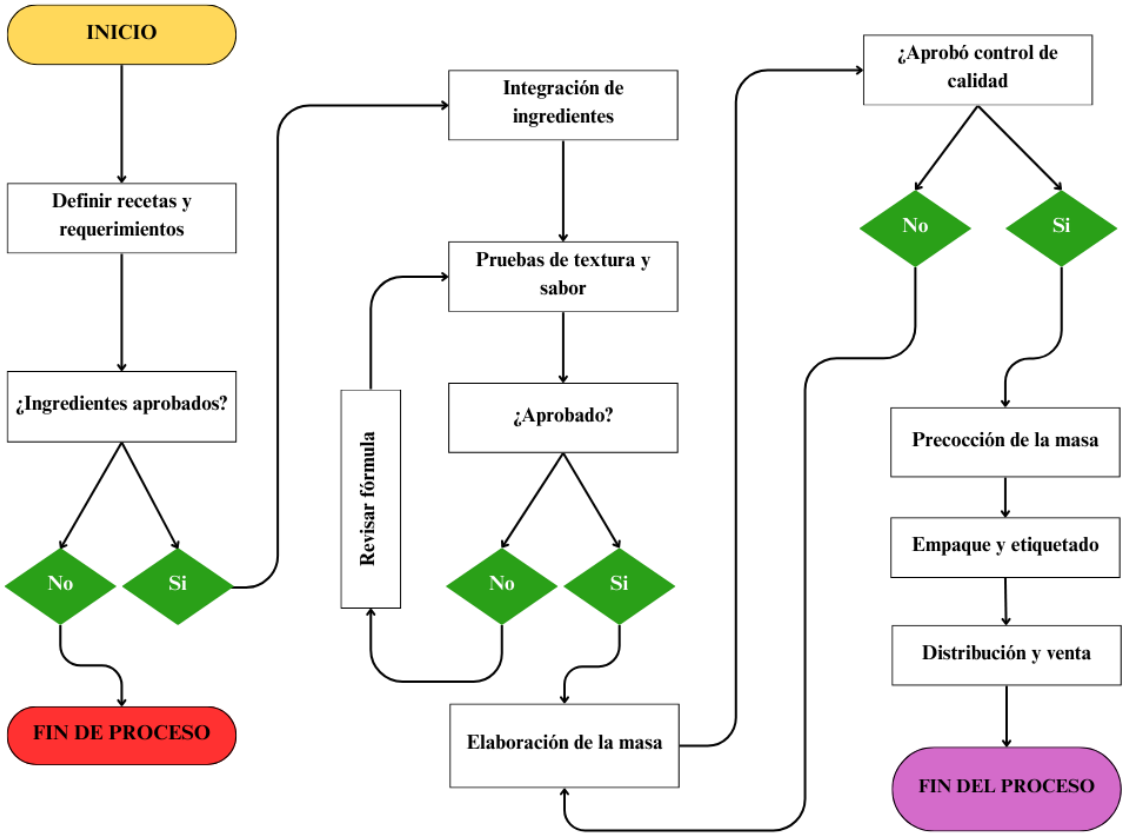
c) Salida

- Soporte operativo efectivo

Los procesos están alineados entre sí, a medida que se compran insumos a los proveedores, se cumple con los requerimientos y necesidades que solventa el producto, dando como resultado la satisfacción del cliente.

Diseño del proceso productivo (Flujograma)

Figura 41. Flujograma del proceso productivo

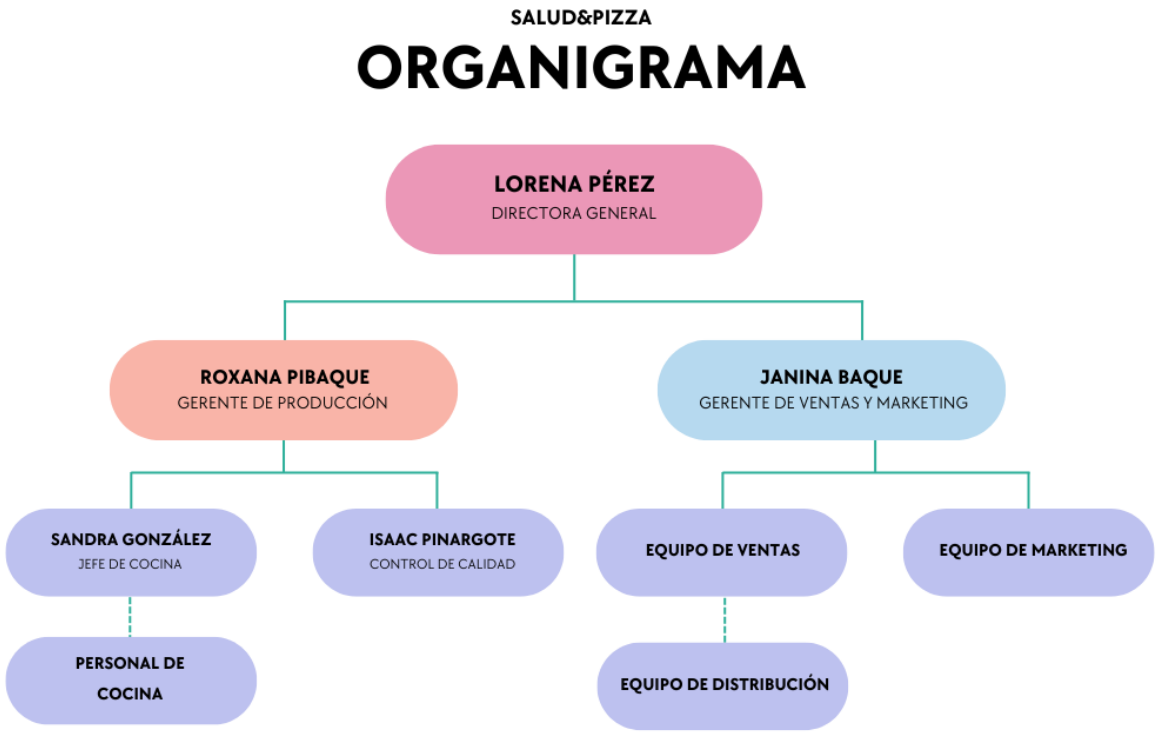


Nota. Elaborado por autores, a través de Canva.

Diseño organizacional (Organigrama)

El organigrama de Salud&Pizza ilustra la jerarquía y la estructura laboral de la empresa, facilitando la visualización de la coherencia y el orden entre las diversas posiciones y sus actividades. En particular, para emprendimientos de elaboración de alimentos sin gluten, la división común de su diseño organizacional incluye el área de producción, el equipo de ventas y marketing; así como el personal de distribución y logística, cada una con funciones claras y detalladas.

Figura 42. Organigrama



Nota. Elaborado por autores

Descripción de los roles

Director General

Se ocupa de la gestión estratégica de la empresa, de tomar decisiones importantes y de supervisar todas las actividades.

Director de Producción

Su tarea es organizar y supervisar cómo se hace la masa de pizza, asegurando que sea de buena calidad y se haga de manera eficiente.

Jefe de Cocina

Se encarga de la planificación de la elaboración de la masa de pizza, manejar el equipo de cocina y asegurarse de que los alimentos cumplan con las normas de limpieza y salud.

Control de calidad

Realiza inspecciones y verifica la calidad de la masa producida, asegurándose de que se ajusta a las normas.

Director de Ventas y Marketing

Se encarga de la estrategia de ventas y marketing, asegurándose de que cumple con las reglas.

Equipo de ventas

Se ocupa de la estrategia de ventas y marketing, además de la promoción del producto en el mercado.

Equipo de marketing

Responsable de crear campañas publicitarias, manejar las redes sociales y promocionar el producto para mejorar el posicionamiento en el mercado del producto “Salud & Pizza”.

Este organigrama ofrece una perspectiva clara de la estructura organizativa de “Salud & Pizza”, que facilita la comprensión de la jerarquía oficial y los cargos dentro de la empresa.

Conformación legal del emprendimiento

Nombre Comercial

Salud&Pizza.

Nombre Legal

Salud&Pizza S.A.S.

Estructura Legal

Salud&Pizza S.A.S. funcionará como una Sociedad por acciones simplificadas con fecha de constitución legal del 01 de diciembre del 2024.

De acuerdo con Superintendencia de Compañías (2024), las empresas pueden constituirse como “Sociedades por Acciones Simplificadas” (SAS) puesto que elimina la burocracia alrededor de la creación de una organización. Bajo esta figura, uno o varios miembros pueden levantar una compañía sin trabas y de forma gratuita. Entonces, promueve la formalización de nuevas empresas e impulsa el acceso al crédito.

Ubicación De La Empresa

El negocio se encuentra en La Garzota I, en el sector norte de Guayaquil, donde tiene un espacio adecuado para sus actividades de producción.

Propietarios y Socios

Los principales socios de Salud&Pizza S.A.S. son:

Tabla 9. Estructura Organizativa y Porcentaje de Acciones de Salud&Pizza

Nombre	Cargo	Porcentaje de Acciones
Lorena Pérez	Directora General	30%
Roxana Pibaque	Gerente de Producción	20%
Janina Baque	Gerente de Ventas	20%
Issac Pinargote	Control de Calidad	15%
Sandra González	Jefa de Cocina	15%

Nota. Elaborado por autores

Los roles de cada uno de los socios son fundamentales para el funcionamiento de Salud&Pizza, la coordinación eficiente de estas responsabilidades, tienen el potencial de garantizar el éxito de la empresa y su rentabilidad en el largo plazo.

Razón social y nombre comercial

Salud&Pizza S.A.S se constituirá como la razón social de la entidad bajo la forma de "Sociedad por acciones simplificadas." Salud&Pizza será el nombre comercial, incorporando tanto el logotipo como el beneficio económico derivado de las ventas.

Salud&Pizza S.A.S. se constituye de acuerdo con las estipulaciones legales contenidas en la “Constitución del Ecuador”, “Código del Trabajo”, las leyes: “Ley de Compañías”, “Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria” y “Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación”.

La selección de la S.A.S. como modalidad jurídica se debe a que proporciona una serie de ventajas que promueven la creación, administración y evolución de una entidad empresarial. Su sencillez, adaptabilidad y estrategias de salvaguarda para sus accionistas la convierten en una opción idónea para una corporación en etapa de expansión.

Funciones de la junta de accionistas

La junta de accionistas de Salud&Pizza S.A.S. desempeña un papel fundamental en la gestión del negocio.

- Ejecuta funciones como la aprobación de estados financieros, y la toma de decisiones estratégicas.
- Así mismo, su función principal consiste en garantizar que la empresa se alinee a la legislación establecida y se opere en beneficio de los propietarios; además, busca garantizar el éxito y la viabilidad a largo plazo de la empresa.

Plan Estratégico de Marketing

Nombre de la Campaña de Marketing

"Salud&Pizza: El placer de comer sin gluten"

Objetivos de Marketing

Para asegurar el éxito de la campaña de marketing para posicionar a "Salud&Pizza" como una innovadora propuesta en el mercado de alimentos sin gluten se definirán objetivos bajo la metodología SMART. Al ser específicos y medibles, se facilita la evaluación del progreso y el éxito de manera más objetiva. Al ser alcanzables y relevantes, se asegura que los objetivos sean realistas y estén alineados con las metas del proyecto. Además, tener un tiempo definido ayuda a establecer plazos que promueven la responsabilidad en el logro de resultados (Cornelis, 2024).

Objetivo General

Establecer la marca Salud&Pizza como una alternativa de masa de pizza sin gluten en el público objetivo determinado de la ciudad de Guayaquil.

Objetivos Específicos

Tabla 10. Objetivos específicos del Plan Estratégicos de Marketing

Objetivo	S (Específico)	M (Medible)	A (Alcanzable)	R (Relevante)	T (Tiempo definido)
Desarrollar una campaña de marketing	Implementar una campaña de marketing digital en redes sociales (Instagram y Facebook) enfocada en el público objetivo.	Incrementar el alcance en redes sociales un 25% en los primeros 3 meses, y generar interacciones.	Con la creación de contenido atractivo, uso de hashtags relevantes, y promoción.	Generar visibilidad de marca y conectar con el público objetivo.	3 meses
Dar a conocer la marca al público objetivo	Aumentar el conocimiento de la marca entre el público objetivo.	Incrementar un 5% el conocimiento de la marca en el área objetivo en los primeros 6 meses.	A través de una campaña de marketing digital bien dirigida, y presencia en eventos de alimentos sin gluten.	Posicionar la marca en el mercado y generar interés en el producto.	6 meses
Captar clientes dentro del	Obtener 150 pedidos de masa de pizza en los primeros 3 meses de lanzamiento.	Número de pedidos en ventas directas y en ferias.	Ofreciendo promociones de lanzamiento atractivas, y	Alcanzar de manera eficiente clientes dentro del segmento de	3 meses

mercado objetivo			participando en ferias de alimentos sin gluten.	mercado establecido.	
Introducir el producto en puntos de venta locales	Lograr la distribución del producto en 2 puntos de venta locales en el norte de Guayaquil.	Número de alianzas obtenidas con supermercados y tiendas locales.	Utilizando una propuesta de valor atractiva para los puntos de venta.	Aumentar la visibilidad de "Salud&Pizza" y accesibilidad del producto.	6 meses

Nota. Elaborado por autores

Mercado Meta

El mercado objetivo, también conocido como mercado meta, alude meramente al conjunto de consumidores seleccionados por una organización para orientar sus productos o servicios, lo que implica la adaptación de los productos y estrategias de mercadotecnia a las demandas y requerimientos de dicho segmento. Se requiere efectuar un análisis de segmentación del mercado total, es decir, segmentar dicho mercado en submercados que presenten características similares a los usuarios potenciales o reales, tales como género, ubicación geográfica, rango de edad, ocupación o ingresos. Este procedimiento de segmentación posibilita la detección del submercado más atractivo y lucrativo, asegurando que la organización pueda entender y proporcionar una atención apropiada a su público objetivo (Pérez, 2022).

Tabla 11. Características del mercado meta de “Salud&Pizza”

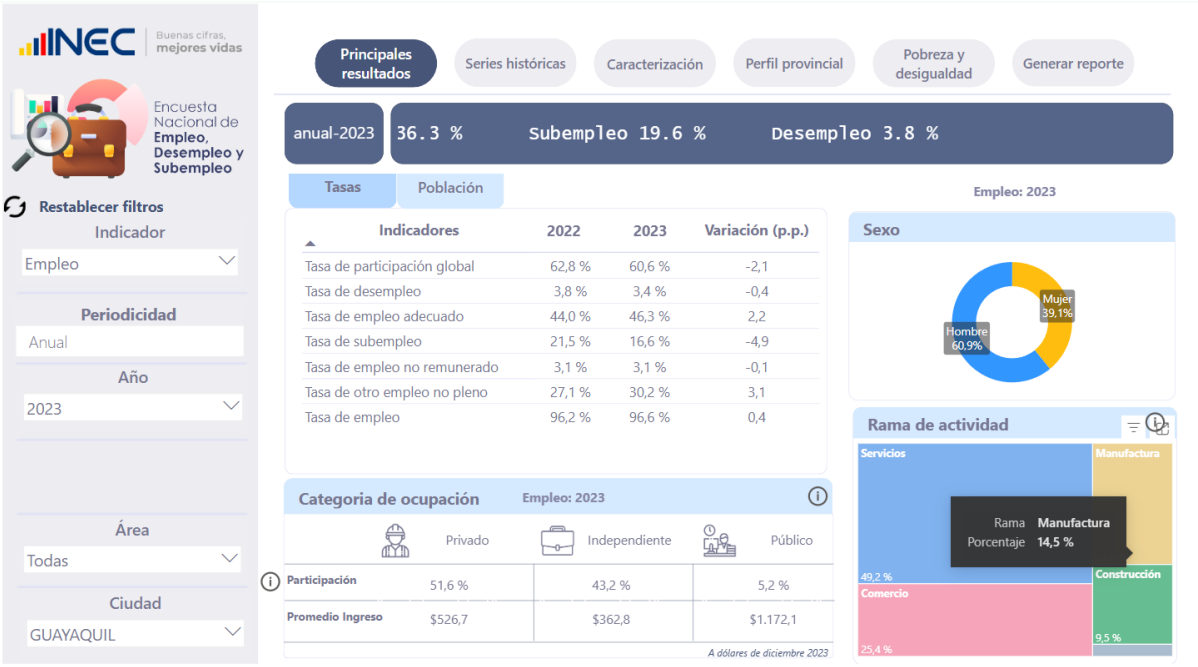
Aspecto Demográfico	**Detalle**
Edad	25 a 44 años
Ubicación	Sector norte de la ciudad de Guayaquil
Nivel Educativo	• Secundaria finalizada • Tercer nivel en adelante
Ingresos	• $450 - $600 • $650 – en adelante
Ocupación	Población Económicamente Activa • Trabajo bajo relación de dependencia • Empresarios independientes
Estilo de vida	Saludable y activo

Aspecto Demográfico	Detalle
Conectividad tecnológica	Familiarizados con tecnología y compras en línea

Nota. Elaborado por autores

Para la campaña “Salud&Pizza: El placer de comer sin gluten”, el mercado meta se compone de personas con diagnóstico de enfermedad celíaca e intolerantes al gluten, así como de consumidores que buscan alternativas de dieta saludable. Abarca a personas con edades entre 25 - 44 años que buscan alternativas nutritivas y sin gluten en su alimentación. Con enfoque principal en el norte de la ciudad de Guayaquil, debido a la localización del emprendimiento. En cuanto a ingresos, se enfoca en aquellos consumidores con ingresos que oscilan entre $450 y $650. Se considera a la Población Económicamente Activa (PEA), que pueden ser empleados bajo contrato laboral y trabajadores independientes. Así mismo, estos consumidores adoptan un estilo de vida saludable y activo, y tienen un buen dominio de la tecnología.

Figura 43. Visualizador del INEC (Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo)



Nota. Obtenida de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2024)

La Población Económicamente Activa (PEA) del cantón Guayaquil, según la "Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo", es de 1'188.131 personas. En cuanto a las categorías de ocupación, la mayor parte se dedica a ser empleados u obreros privados, que representan el 51,6% de la PEA, seguidos por los trabajadores por cuenta propia con un 43,2% (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2024).

Figura 44. Visualizador del INEC (Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo)

Nota. La imagen muestra las diferentes categorías de la PEA Obtenida de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2024)

Para determinar el mercado meta también se ha considerado el rango de edad dentro de la PEA (25-44 años), de acuerdo con la "Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo" por caracterización el grupo de edad de 25 a 34 años corresponde al 24,7%, mientras que en el grupo de 35 a 44 años, la participación es del 24,5%. Esto da como resultado que la segmentación a la que va dirigida "Salud&Pizza" es de 584.560 personas.

Competencia

En el mercado se encuentran diversas opciones de pizza, pastas y otros productos elaborados con harinas alternativas, como harina de almendra, de coco o combinaciones de harinas sin gluten. Estos compiten directamente con la masa de pizza elaborada a partir de harina de garbanzo en términos de sabor, textura y beneficios nutricionales. Por ello, para la estrategia de integración de Salud & Pizza se tienen en cuenta los desafíos del mercado asociados con marcas establecidas como Liv, que cuenta con una fuerte presencia en supermercados locales como Supermaxi, con productos como masa pre horneada y pan pita integral y wafles congelados de harina de almendra.

La oferta de productos sin gluten en Ecuador es limitada, sin embargo, se destacan empresas como Nestlé, Liv, Life Choice, Cusi, Amati Foods, DelMex Delicias Mexicanas S.A., y Dr. Muller. Además, empresas multinacionales como Shnitzer y Ekibio, especializadas en alimentos orgánicos y nutritivos sin gluten.

Tabla 12. Comparativa de productos y marcas competidores de "Salud&Pizza"

Marca	Producto	Precio	Local de referencia	Tipo de Competencia
Liv	Masa pre horneada a base de almendra	$4,00	Supermaxi	Directa
Liv	Pan Pita integral de almendra	$2,43	Supermaxi	Indirecta
Cusi	Tortitas De Yuca Amazónica	$4,12	Supermaxi	Directa
Cusi	Galleta De Harina De Yuca Con Orégano	$2,91	Supermaxi	Directa
Life Choice	Chips Horneados de harina de almendra y Chía	$1,95	Life Choice	Indirecta
Life Choice	Chips Horneados de harina de almendra y Chía (Sabor a Picante)	$1,95	Life Choice	Indirecta

Dr. Muller	Tortitas De Machica	$1,62	Supermaxi	Indirecta
Dr. Muller	Galletas De Arroz Sin Gluten	$1,62	Supermaxi	Indirecta

Nota: Elaborado por autores. Información obtenida de Catálogo de Supermaxi (2024)

La información proporcionada en la Tabla 11 respecto a las marcas rivales es esencial para determinar un precio competitivo para “Salud&Pizza”, dado que facilita el análisis del rango de precios proyectado y la diversidad de productos sin gluten disponibles en el mercado. Tras analizar las alternativas competidoras, es plausible que "Salud&Pizza" pueda establecerse como una opción atractiva y primordialmente saludable, ofreciendo un precio competitivo que sea accesible para su público objetivo. Este esquema facilita la determinación de un precio medio, sin obviar la calidad del producto, los costos de producción y las preferencias de los consumidores.

Salud & Pizza tiene el potencial de diferenciarse en el mercado de alimentos sin gluten al utilizar harina de garbanzos, que ofrece beneficios nutricionales como alto contenido proteico, bajo índice glucémico, alto nivel de fibra y nutrientes. La propuesta de negocio ve como una oportunidad la creciente demanda de productos sin gluten y la necesidad de innovar opciones deliciosas y nutritivas para el creciente mercado.

Tendencias del mercado (insights más relevantes)

La propensión hacia la ingesta de productos sin gluten ha experimentado un incremento significativo en años recientes, no solo atribuible al diagnóstico de la enfermedad celíaca, sino también a la creciente inclinación de la población preocupada por su salud a adoptar esta dieta. Esta tendencia ha sido catalizada por una publicidad intensiva en los medios de comunicación, una estrategia de mercadotecnia asertiva implementada por los productores y la diseminación de declaraciones insuficientemente respaldadas acerca de los presuntos beneficios de la dieta libre de gluten, tales como la reducción de peso y la mejora de los síntomas gastrointestinales (Bermejo, 2020).

En Ecuador, la tendencia de los alimentos sin gluten se está expandiendo, impulsada por un mayor conocimiento de las intolerancias alimentarias y la celiaquía, a pesar de la ausencia de datos oficiales de consumo. Actualmente, productos como el pan de chía, la quinoa y el amaranto están disponibles en las tiendas, lo que significa una diversificación en la oferta de alimentos sin gluten. De acuerdo con Marzano et al. (2022), estos productos contienen componentes como harina de quinua, que mejora la calidad y prolonga la vida útil, y aislado de proteína de suero, que aumenta la textura y el contenido nutricional, proporcionando una alternativa nutritiva para cualquiera que necesite una opción sin gluten.

Tamaño de Mercado – TAM, SAM, SOM

Silva (2023) explica que las siglas TAM, SAM y SOM representan distintas métricas que describen el mercado en el que opera una empresa:

- TAM (Mercado Total Disponible): Hace referencia a la demanda total de un producto o un servicio dentro del mercado. Representa el máximo potencial de ingresos que una empresa puede lograr al momento de vender su oferta en determinado segmento.
- SAM (Mercado Disponible Servible): Se define como la parte del mercado total que puede ser atendida con el mismo modelo de negocio actual teniendo en consideración las limitaciones como la especialización o barreras técnicas. Esta métrica facilita que las empresas puedan identificar la porción de mercado que pueden atacar para alcanzar sus objetivos.
- SOM (Mercado Objetivo Servible): Esto corresponde a una porción del SAM que una empresa puede captar de manera eficiente. es muy útil para definir objetivos

de crecimiento en el corto plazo debido a que refleja la cuota de mercado que se puede lograr (Silva, 2023).

De acuerdo con Davalas (2023), para establecer el tamaño del mercado, se puede emplear la metodología TAM, SAM, SOM; esta metodología se realiza en tres fases. Primero, se determina el TAM a través del análisis total de los ingresos potenciales disponibles para un producto en un mercado específico, luego se establece el SAM como la parte del TAM que puede ser cubierta con los productos que la empresa ofrecerá, teniendo en cuenta la segmentación de mercado. Finalmente, el SOM se establece como un porcentaje del TAM que simboliza la porción de mercado que la empresa aspira captar considerando su capacidad de producción, la competencia y la demanda del consumidor. Con este enfoque se pueden definir objetivos realistas de ventas y diseñar efectivamente estrategias de marketing.

Inicialmente, se estima que "Salud&Pizza" tiene una capacidad productiva inicial estimada de 60 unidades diarias, cada una de 200 gramos. Si se lleva a cabo la operación cinco días a la semana, se calcula que la producción mensual (20 días) se estima en 1.200 porciones, lo que resulta en una producción anual de 14.400 porciones. El tamaño total del mercado (TAM) asciende a 1’188.131, correspondiente a la PEA de Guayaquil. Se orienta hacia la audiencia objetivo de entre 25 a 44 años que habitan en esta ciudad, cuya cifra asciende a 584.560 individuos.

Tabla 13. Datos para el cálculo del tamaño de mercado

TAM	1’188.131
SAM	584.560
Precio promedio del mercado (sin gluten)	$4,65
Consumo promedio estimado del mercado (sin gluten):	4 porciones por persona (mensuales)
Capacidad de producción anual (proyectada)	14.400 porciones (200gr)
Facturación anual promedio de competidores establecidos (Life Choice y Cusi)	$650.000

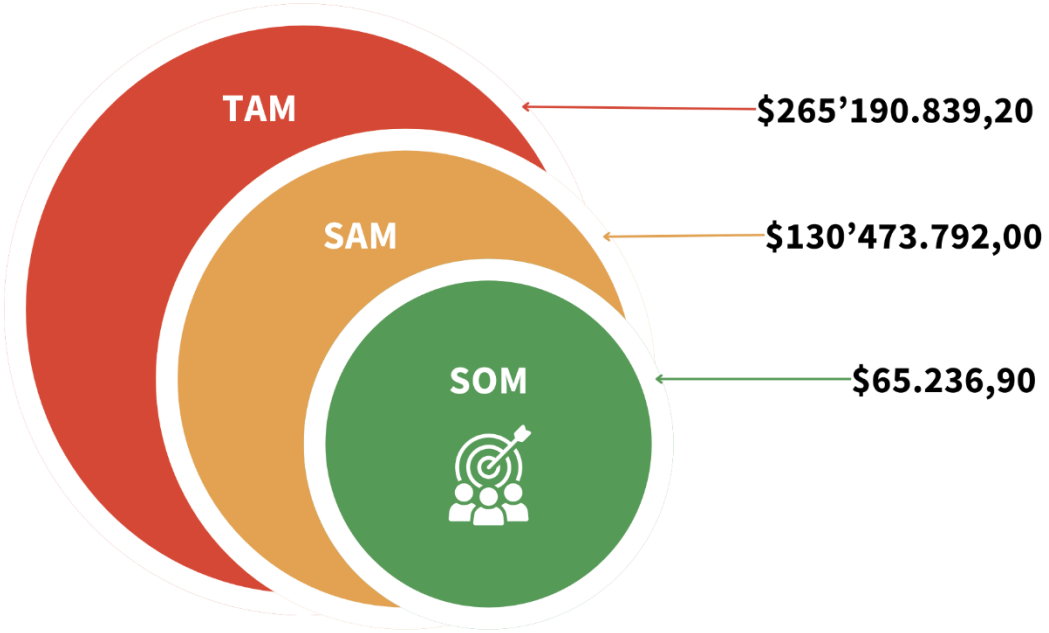
Nota. Para el valor de facturación promedio se consideró la marca Life Choice y Cusi, que en 2023 alcanzaron una facturación de entre $600.000 y $700.000, respectivamente (Rosales, 2024).

Tabla 14. Cálculo del tamaño de mercado (TAM, SAM, SOM)

Tamaño de mercado	Cálculo	Resultado anual
TAM		
Población (PEA Guayaquil)	1'188.131 personas	
Consumo mensual por persona estimado	4 porciones	
Precio promedio por porción	$ 4,65	
Meses al año	12	
Cálculo TAM (anual)	1'188.131 * 4 * $4,65 * 12	$ 265’190.839,20
SAM		
Población objetivo (PEA de 25-44 años)	584.560 personas	
Consumo mensual por persona estimado	4 porciones	
Precio promedio por porción	$ 4,65	
Meses al año	12	
Cálculo SAM	584.560 * 4 * $4,65 * 12	$ 130’473.792,00
SOM		
Capacidad producción anual (proyectada)	14.400 porciones	
Precio promedio por porción (proyectado)	$ 4,65	
Cálculo de cuota de mercado %	14.400 * $4,65 / $130’473.792,00	0,05%
SOM	$130’473.792,00 * 0,05%	$ 65.236,90

Nota. Elaborado por autores

Figura 45. Tamaño de mercado (TAM, SAM, SOM)



Nota. Elaborado por autores.

En el caso de un startup sin un historial previo de ventas, como “Salud&Pizza”, el cálculo del SOM se basa en proyecciones que consideran la capacidad operativa y un análisis competitivo. Esto implica multiplicar las unidades que la empresa es capaz de producir por el

precio de venta estimado, comparando luego estos datos con los registros de venta de competidores directos. El análisis actual proyecta una participación de mercado del 0.07%, que aplicada al SAM calculado previamente, resulta en un SOM de $68,744.26. Esta cifra refleja una estimación prudente y alcanzable del mercado.

Estrategia de Marketing

Marketing mix

Figura 46. Estrategia de Marketing Mix para “Salud&Pizza: El placer de comer sin gluten”

Nota. Elaborado por autores

El marketing mix se define como una serie de estrategias que "Salud&Pizza" empleará para establecerse en el sector de alimentos libres de gluten. Este método se estructura en torno a cuatro elementos esenciales: el producto, que se compone de una masa de pizza elaborada con harina de garbanzo, concebida para ser saludable y accesible para individuos con intolerancia al gluten; el precio, que debe ser competitivo para captar la

atención de los consumidores del mercado meta; la plaza, que incluye la distribución en establecimientos locales de Guayaquil.

Propuesta comunicacional

Identificación del público objetivo

"Salud&Pizza" se centra en un mercado compuesto por personas de entre 25 a 44 años que residen en el norte de Guayaquil. Además, pertenecen a la PEA, en relación de dependencia e independientes con ingresos que varían entre los $450 y $650 o más. Este grupo tiene posee una educación secundaria completa y, en algunos casos, estudios a partir del tercer nivel. Principalmente, su estilo de vida es sano y activo, y también conocimientos sobre las redes sociales y la tecnología.

Mensajes y tonos de comunicación

a) Mensaje principal

"Disfruta del sabor sin gluten, nutrición y sabor en cada rebanada"

b) Mensajes secundarios

"Salud&Pizza, la alternativa ideal para una vida activamente saludable"

"Tu masa favorita de pizza, sin gluten, sin arrepentimientos"

"Del supermercado a tu mesa, nutritiva y deliciosa, ¡Salud&Pizza!"

c) Tono del mensaje

Tomando en cuenta las características del público objetivo, el tono debe ser positivo, cercano, confiable y seguro. Este tono debe transmitir confianza y credibilidad, además debe destacar la calidad de los ingredientes y el proceso de producción de "Salud&Pizza". Se puede emplear un tono ligeramente sofisticado para destacar la calidad del producto sin desviarse de la accesibilidad y comprensión del público objetivo. Evitando un tono técnico o

el uso de términos médicos de difícil compresión con el fin de que el mensaje sea claro y entendible para todos los individuos que conforman el segmento.

d) Canales de comunicación

Redes sociales

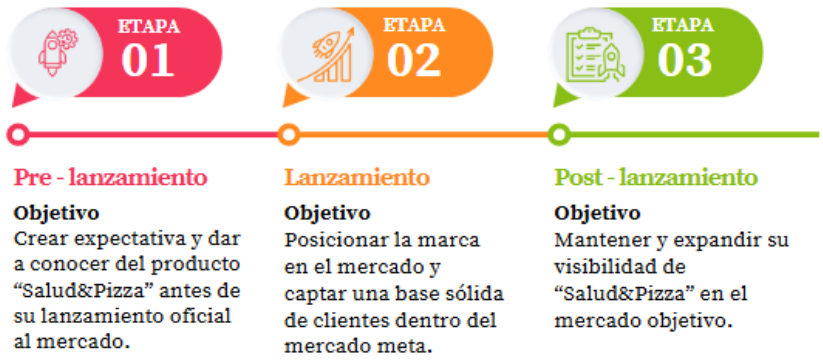
La estrategia de comunicación de mercadotecnia se llevará a cabo principalmente en las plataformas de redes sociales Instagram y TikTok, dado que son plataformas donde el público objetivo tiene una mayor presencia. En Instagram se elaborará contenido sobre la relevancia de la dieta sin gluten, los beneficios de la harina de garbanzo y ofertas del producto, principalmente. Por otro lado, en TikTok se realizará contenido más dinámico y viral que reflejará el proceso de fabricación del producto y las diversas maneras en las que los consumidores pueden preparar la masa.

Ferias de alimentos sin gluten

Respecto a las ferias de alimentos, "Salud&Pizza" participará de manera activa en eventos especializados en la alimentación libre de gluten mediante alianzas estratégicas con organizaciones como la "Fundación Celíacos del Ecuador". En estos eventos se llevarán a cabo degustaciones y se procurará atraer a la mayor cantidad de clientes.

Estrategias de Marketing

Figura 47. Objetivos de las etapas de lanzamiento del producto



Nota. Elaborado por autores

Tabla 15. Estrategias de marketing por etapa de lanzamiento de “Salud&Pizza”

Etapa	Objetivo	Actividades	KPIs
Pre-lanzamiento	Crear expectativa y dar a conocer del producto “Salud&Pizza” antes de su lanzamiento oficial al mercado a través de la campaña de marketing “Salud&Pizza: El placer de comer sin gluten”	• Diseñar contenido de valor en Instagram y TikTok. • Desarrollar página web que incluya información sobre el producto y la alimentación sin gluten. • Implementar campaña de marketing en redes sociales. • Participar en ferias de alimentos sin gluten en la ciudad de Guayaquil.	• Total de seguidores. • Tasa de interacción promedio= Total de interacciones / total de seguidores x 100 • Número total de visitas durante un período específico.
Lanzamiento	Posicionar la marca en el mercado y captar una base sólida de clientes dentro del mercado meta.	• Activar mesas de degustación en supermercados como Supermaxi y Del Portal. • Realizar campaña en campo, a través de la entrega de volantes con publicidad impresa. • Crear contenido para la página web y redes sociales, sobre procesos de producción, educación nutricional y recetas.	• Ventas directas realizadas • Tasa de conversión de ventas = número de ventas / número total de visitantes x 100%
Post-lanzamiento	Mantener y expandir su visibilidad de “Salud&Pizza” en el mercado objetivo.	• Implementar un programa de referidos para fidelizar clientes actuales, y captar prospectos potenciales. • Desarrollar colaboraciones con influencers de nutrición como Paola Sánchez • Evaluar alianzas realizadas con los puntos de venta. • Mantener interacción activa en redes sociales.	• Total de seguidores. • Encuestas de satisfacción a clientes que compran en supermercados • Tasa de interacción promedio= Total de interacciones / total de seguidores x 100

Nota. Elaborado por autores

Estrategias de diferenciación

Tabla 16. Estrategias de diferenciación de "Salud&Pizza"

Estrategia de diferenciación	Objetivo	Actividades
Salud y bienestar	Garantizar una opción saludable y nutritiva para personas con restricciones alimentarias como la intolerancia al gluten.	• Desarrollo de masa con ingredientes locales, provenientes de producción sostenible, y de calidad. • Certificación "libre de gluten" para garantizar el consumo seguro del producto. • Colaboración con nutricionistas para análisis de información del producto y beneficios. • Control estricto del nivel de grasas y azúcares del producto
Confianza y transparencia	Establecer una relación honesta con los consumidores basada en la trazabilidad total del producto, desde su elaboración hasta su venta.	• Información nutricional detallada. • Elaboración de videos dentro de la planta de producción para redes sociales. • Publicación de certificaciones y análisis de calidad de forma periódica en redes sociales y página web. • Alianzas estratégicas con proveedores locales de harina de garbanzos y demás ingredientes.
Compromiso ambiental	Minimizar el impacto ambiental en toda la cadena de producción y comercialización del producto.	• Envases 100% ecológicos. • Alianza con productores locales de garbanzo • Sistema de producción con bajo consumo de agua • Programa de reciclaje de empaques con beneficios • Uso de energía renovable en producción
Educación y comunidad	Crear una comunidad informada sobre alimentación saludable sin gluten	• Charlas con especialistas en salud nutricional, en ferias de alimentos sin gluten. • Recetario digital de opciones saludables con "Salud&Pizza" • Comunicad de apoyo para personas con celiaquía en redes sociales.
Calidad y nutrición	Ofrecer el más alto valor nutricional sin comprometer el sabor	• Análisis por profesionales de nutrición de forma semestral. • Control de calidad en cada lote de producción • Revisión periódica de procesos de certificación.

Nota. Elaborado por autores

Figura 48. Souvenir para activación en ferias de alimentos sin gluten

Nota. Elaborado por autores

Figura 49. Camiseta de personal en activación en ferias y supermercados

Nota. Elaborado por autores

Las estrategias propuestas buscan establecer un posicionamiento de “Salud&Pizza” en el mercado de alimentos sin gluten, así como en su verdadera preocupación por ser una alternativa óptima para las personas con celiaquía y la nutrición saludable. La ejecución eficaz y sostenible de este proceso implica la implementación de prácticas como la producción sostenible con productos como la harina de garbanzo, la asociación con los productores y proveedores locales, y la transparencia en los procesos de producción. Esto contribuye a la construcción de una relación de confianza entre la marca y los clientes que puede ser sostenible en el largo plazo.

Por un lado, el enfoque hacia la innovación en ingredientes saludables, prácticas respetuosas con el medio ambiente y en la promoción de la educación alimenticia sobre sin gluten, facilita la creación de una relación sólida con el mercado meta. Esta integración de estrategias no solo establece un nicho de competencia claramente definido entre “Salud&Pizza” y otras opciones disponibles para el consumidor, sino que también genera un impacto beneficioso en la calidad de vida de los consumidores y en su entorno, convirtiendo cada compra en una elección que permite identificar de marca y generar un valor compartido con los clientes.

Presupuesto de la campaña de marketing

Un presupuesto de marketing detalla la asignación de recursos a diversas actividades de marketing dentro de una empresa, para lograr los objetivos específicos de ventas y visibilidad de la marca. Permite que se gestionen eficientemente los recursos, ayudando a maximizar el retorno de inversión y ayudando a la toma de decisiones estratégicas. (Ribadeneira, 2024).

Tabla 17. Presupuesto de la campaña de marketing de "Salud&Pizza"

Etapa	Actividad/Recurso	Detalle	Costo Mensual ($)	Costo Total ($)
		Pre-lanzamiento (2 meses)		
Marketing digital	Community Manager	• Gestión básica de contenido	$ 50,00	$ 100,00
	Diseño	• Canva Gratuito	$ -	$ -
	Pauta digital	• Ads Instagram/TikTok básicos	$ 50,00	$ 100,00
Página web	Desarrollo web	• Wix/WordPress básico	$ 15,00	$ 30,00
		• Dominio y hosting básico	$ 7,00	$ 14,00
Subtotal Pre-lanzamiento			**$ 122,00**	**$ 244,00**
		Lanzamiento (3 meses)		
Eventos	Feria	• Participación en 1 feria local	$ 50,00	$ 150,00
	Degustaciones	• Muestras para degustaciones	$ 40,00	$ 120,00
Material promocional	Marketing físico	• Volantes impresos	$ 30,00	$ 90,00
		• Empaques ecológicos pequeños	$ 50,00	$ 150,00
		• Utensilios de cocina básicos	$ 20,00	$ 60,00
Marketing digital	Community Manager	• Gestión de contenido	$ 50,00	$ 150,00
	Pauta	• Ads focalizados	$ 75,00	$ 225,00
Subtotal Lanzamiento			**$ 315,00**	**$ 945,00**
		Post-lanzamiento (7 meses)		
Marketing digital	Community Manager	• Gestión de contenido	$ 50,00	$ 350,00
	Pauta	• Ads mantenimiento	$ 50,00	$ 350,00
Fidelización	Programa Referidos	• Sistema de incentivos para clientes	$ 25,00	$ 175,00
		• Cupones impresos para referidos	$ 15,00	$ 105,00
Colaboraciones	Nutricionistas locales	• Colaboración con Ana María Jimenez	$ 30,00	$ 210,00
Contenido educativo	Material Digital	• Contenido básico	$ 20,00	$ 140,00
Subtotal Post-lanzamiento			**$ 190,00**	**$ 1.330,00**
Costos Fijos				
Certificaciones	Calidad	• Registro sanitario + Análisis nutricionales	-	$ 500,00
Contingencia	Imprevistos	10% del presupuesto total	-	$ 300,00
TOTAL ANUAL				**$ 3.319,00**

Nota. Elaborado por autores

El presupuesto destinado al lanzamiento y promoción del producto “Salud&Pizza” se ha dividido en tres fases fundamentales: Pre-lanzamiento, Lanzamiento y Post-lanzamiento. Cada fase comprende un conjunto específico de actividades y recursos orientados a cumplir los objetivos planteados, junto con los indicadores clave de rendimiento (KPIs) para evaluar su éxito.

El propósito de la fase de Pre-lanzamiento, que se estima durará 2 meses, es generar expectativa y dar a conocer el producto “Salud&Pizza” antes de su introducción oficial en el mercado. Para ello, se han planificado diversas acciones de marketing digital. Un Community Manager se encargará de crear y gestionar contenido valioso en Instagram y TikTok, con un costo mensual de $50, totalizando $100. Esto incluye la elaboración de publicaciones, reels y videos en historias que despierten el interés y capten la atención del público objetivo.

Además, se desarrollará una página web utilizando plataformas como Wix o WordPress, con un costo de $15 mensuales, sumando un total de $30 en dos meses, mientras dure la primera fase. El dominio y hosting básicos tendrán un costo de $7 mensuales, alcanzando un total de $14. La página web ofrecerá información sobre el producto y la alimentación sin gluten, sirviendo como un recurso clave para los consumidores interesados. También se llevará a cabo una campaña de marketing en redes sociales con anuncios básicos en Instagram y TikTok, con un costo mensual de $50, totalizando $100.

Los KPIs para esta fase incluyen el número total de seguidores en redes sociales, la tasa de interacción promedio (calculada como el total de interacciones dividido por el total de seguidores, multiplicado por 100), y el número total de visitas a la página web durante un período determinado. Estas métricas ayudarán a evaluar el crecimiento de la audiencia y el

nivel de interés generado por el contenido y las campañas. En conjunto estas estrategias dan como resultado una inversión estimada de $244.

En la siguiente fase, el lanzamiento que tendrá una duración estimada de 3 meses, el enfoque está en posicionar la marca en el mercado y captar una base sólida de clientes dentro del mercado objetivo. Para ello, se participará en ferias de alimentos sin gluten en la ciudad de Guayaquil, en colaboración con la Fundación Celíacos del Ecuador. Esta participación tendrá un costo de $50 mensuales, sumando $150 en tres meses.

Además, se activarán mesas de degustación en supermercados como Supermaxi y Del Portal, con un costo de $40 mensuales, totalizando $120. Para aumentar la visibilidad, se realizará una campaña en campo con publicidad impresa, destinando $30 mensuales a la impresión de volantes, totalizando $90. Los volantes incluirán información del producto y puntos de venta, proporcionando a los consumidores datos esenciales para adquirir el producto.

Se invertirán $50 mensuales en empaques ecológicos pequeños para las degustaciones y muestras, sumando $150, y $20 mensuales en utensilios de cocina básicos, totalizando $60. Los utensilios considerados incluyen un rodillo, guantes para horno (par), pinzas de acero, espátulas angulares, bandejas de acero, bowls de acero inoxidable con base de silicón (3 unidades) y un cortador de pizza de 33 cm. Estos utensilios son necesarios para el proceso de elaboración de las muestras. En el ámbito digital, se seguirá contando con un Community Manager a $50 mensuales, totalizando $150, y se invertirán $75 mensuales en anuncios focalizados en redes sociales, lo que da como resultado una inversión de $225.

Estas actividades buscan ofrecer a los consumidores una experiencia directa con el producto, aumentando la probabilidad de conversión en ventas.

Los KPIs para esta fase incluyen las ventas directas realizadas y la tasa de conversión de ventas (calculada como el número de ventas dividido por el número total de visitantes, multiplicado por 100%). Estas métricas ayudarán a evaluar la efectividad de las degustaciones y eventos en convertir visitantes en clientes. Dando como resultado una inversión proyecta de $945

Finalmente, en la fase de post-lanzamiento (7 meses), cuyo objetivo mantener y expandir la visibilidad de “Salud&Pizza”, se continuará con la gestión de contenido digital a través de un Community Manager, con un costo de $50 mensuales, totalizando $350 en siete meses. Esta gestión incluirá la creación de contenido sobre procesos de producción, educación nutricional y recetas.

Asimismo, se asignará un presupuesto de $50 mensuales para anuncios de mantenimiento, lo que resultará en $350. Se implementará un programa de referidos para fidelizar a los clientes actuales, con un costo de $25 mensuales, sumando $175, y se destinarán $15 mensuales para la impresión de cupones dirigidos a los referidos, alcanzando un total de $105. Estos cupones son parte de una estrategia de fidelización y de alcance de mercado.

Además, se planea colaborar con nutricionistas locales, como Ana María Jimenez, a un costo de $30 mensuales, lo que totalizará $210. Se asignarán $20 mensuales para la creación de contenido digital educativo, sumando $140. Estas acciones están diseñadas para fortalecer la relación con los clientes y fomentar la lealtad hacia la marca.

Los KPIs para esta fase incluyen el total de seguidores en redes sociales, encuestas de satisfacción a clientes que compran en supermercados, y la tasa de interacción promedio (calculada como el total de interacciones dividido por el total de seguidores, multiplicado por 100%). Estas métricas ayudarán a medir la efectividad de las estrategias de fidelización y colaboración en mantener el interés y la satisfacción del cliente. Con una inversión estimada de $1.330.

Además de los costos asociados a cada fase, se han incluido costos fijos. Se asigna un monto único de $500 para certificaciones que incluyen registro sanitario y análisis nutricionales, asegurando así que el producto cumpla con los estándares requeridos. Cabe destacar que esto no es lo mismo que la certificación Gluten Free, sino que está relacionado con la información del producto. También se contempla un fondo de contingencia del 10% del presupuesto total, equivalente a $300, para cubrir imprevistos que puedan surgir durante la ejecución del plan.

Complementado con los costos fijos anuales y la reserva destinada contingencias, el total estimado del presupuesto es de $3.319,00 constituyendo una inversión integral y estratégica para garantizar el posicionamiento de “Salud&Pizza”, su diferenciación en el mercado de alimentos sin gluten y su sostenibilidad en el largo plazo.

Evaluación Financiera

Para elaborar un plan de negocio, es esencial realizar un análisis financiero que muestre los resultados y balances para determinar si el proyecto es viable. En esta evaluación, es fundamental considerar las necesidades de materiales, características y gastos legales, para elaborar un presupuesto de gastos del proyecto y establecer el periodo en que se podrá recuperar la inversión.

Inversión inicial

El balance inicial de Salud&Pizza muestra exactamente la situación financiera de la empresa en el momento de su fundación. Este documento muestra el activo, el pasivo y el patrimonio neto de la empresa, lo que ayuda a evaluar su capacidad para funcionar y expandirse en el mercado de los alimentos sin gluten. Mientras que el pasivo representa las deudas y compromisos adquiridos para poner en marcha la empresa, el activo incluye las primeras inversiones en equipos e inventario. El patrimonio neto sienta las bases para una gestión financiera inteligente y un futuro desarrollo sostenible, ya que muestra las posibilidades de inversión y crecimiento de los socios.

Tabla 18. Balance inicial de "Salud&Pizza"

ACTIVO	VALOR	PASIVO	VALOR
ACTIVO CIRCULANTE		**PASIVO A LARGO PLAZO**	
Inventario inicial	$1.094,86	Préstamo Bancario	$15.000,00
Caja	$3.000,00		
Total Activo Circulante	**$4.094,86**	**Total Pasivo Largo Plazo**	**$15.000,00**
ACTIVO FIJO		Total Pasivo	$15.000,00
Maquinarias y Equipos	$4.895,73	PATRIMONIO	
Equipos, Sistemas y Paquetes Informáticos	$2.338,58	Capital Social	$8.941,53
Mobiliarios	$664,00	**Total Patrimonio**	**$8.941,53**
Suministros de Cocina	$638,36		
Vehículo	$9.400,00		
Total Activo Fijo	**$17.936,67**		
ACTIVO DIFERIDO			
Certificación Gluten Free (GFCO)	$1.210,00		
Alquileres pagados con anticipación	$700,00		
Total Activo Diferido	**$1.910,00**		
TOTAL ACTIVO	**$23.941,53**	**TOTAL PASIVO + PATRIMONIO**	**$23.941,53**

Nota. Elaborado por autores

Financiamiento

Figura 50. Simulador de préstamo obtenido de Banco Pichincha

Cuotas	Fecha de pago	Capital	Interés	Seguros desg.	Seguro Incendios/Vehiculo	Valor de la cuota	Saldo
1	2025-03-03	$312,50	$179,51	$19,72	0.00	$511,72	$14.687,50
2	2025-04-03	$312,50	$194,60	$21,37	0.00	$528,47	$14.375,00
3	2025-05-03	$312,50	$184,32	$20,24	0.00	$517,06	$14.062,50
4	2025-06-03	$312,50	$186,32	$20,46	0.00	$519,28	$13.750,00

Obtenido de Banco Pichincha

Este apoyo financiero proviene de una prefinanciación que ayuda a la empresa a cubrir parte de los primeros gastos, permitiéndole así invertir en actividades básicas como maquinaria, equipos y materiales de valor básico. La opción de utilizar simulaciones de amortización facilita la planificación financiera al garantizar que los pagos se realizan en función de los ingresos previstos, lo que contribuye a la estabilidad económica y al crecimiento sostenible de la empresa en el competitivo sector de la alimentación.

Costos de producción

Los costes de fabricación de Salud&Pizza incluyen las materias primas, la mano de obra directa e indirecta y los gastos fijos de explotación, todos ellos necesarios para elaborar la masa de pizza sin gluten. Dado que influyen directamente en la rentabilidad de la empresa, estos gastos son absolutamente vitales para la planificación financiera. Un seguimiento integral de estos costes ayuda a detectar patrones y a orientar las decisiones para maximizar los recursos y aumentar la eficacia operativa.

Tabla 19. Inflación proyectada (2024-2029)

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
0%	1,60%	1,51%	1,51%	1,51%

Nota: Información obtenida de Statista

Tabla 20. Estado de costos de producción

COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS VARIABLES					
Materia prima	$13.138,32	$13.348,53	$13.550,10	$13.754,70	$13.962,40
Materiales Indirectos	$1.482,48	$1.506,20	$1.528,94	$1.552,03	$1.575,47
TOTALES	**$14.620,80**	**$14.854,73**	**$15.079,04**	**$15.306,73**	**$15.537,86**
COSTOS FIJOS					
Mano de Obra Directa	$12.000,00	$12.260,40	$12.526,45	$12.798,27	$13.076,00
Mano de Obra Indirecta	$17.880,00	$18.268,00	$18.664,41	$19.069,43	$19.483,24
Arrendamientos de local	$8.400,00	$8.400,00	$8.400,00	$8.400,00	$8.400,00
Servicios básicos (Internet)	$483,00	$483,00	$483,00	$483,00	$483,00
Gastos de marketing y publicidad	$2.280,00	$2.316,48	$2.351,46	$2.386,97	$2.423,01
Certificación Gluten Free (GFCO)	$1.210,00	$1.210,00	$1.210,00	$1.210,00	$1.210,00
TOTALES	**$42.253,00**	**$42.937,88**	**$43.635,32**	**$44.347,67**	**$45.075,24**
COSTO TOTAL (VARIABLES+FIJOS)	**$56.873,80**	**$57.792,61**	**$58.714,36**	**$59.654,40**	**$60.613,11**

Nota. Elaborado por autores

Tabla 21. Determinación de precio de venta de "Salud&Pizza"

PRECIO DE VENTA UNITARIO	$4,65
COSTO TOTAL	$56.873,80
NÚMERO DE UNIDADES PRODUCIDAS	14400
COSTO DE VENTA UNITARIO	$3,95

Nota: Se consideró un 15% de margen de rentabilidad para el cálculo

Dado un costo de producción de 3,95 y un margen de rentabilidad del 15%, se decide que el precio de venta de “Salud&Pizza” sea de 4,65 por unidad. Sobre la base de un minucioso estudio de los gastos totales, que ascienden a 56.873,80 dólares para una producción anual de 14.400 unidades, se fundamenta este planteamiento de precios. A lo largo de cinco años, se espera que el precio de venta aumente gradualmente, adaptándose a las tendencias del mercado y a la inflación prevista, garantizando así la viabilidad financiera del producto en el competitivo negocio de los alimentos sin gluten.

Presupuesto de ventas

Tabla 22. Proyección de ventas, periodo de 5 años

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UNIDADES PRODUCIDAS	14400	15120	15876	16670	17503
UNIDADES VENDIDAS	12240	12852	13495	14169	14878
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	$56.873,80	$57.792,61	$58.714,36	$59.654,40	$60.613,11
PRECIO DE VENTA	$4,65	$4,72	$4,79	$4,86	$4,94
VENTAS TOTALES	$56.873,80	$60.672,97	$64.668,59	$68.927,34	$73.466,55
MARGEN	$0,00	$2.880,36	$5.954,23	$9.272,94	$12.853,44
MARGEN %	**0%**	**5%**	**9%**	**13%**	**17%**

Nota: Se estima que las ventas constituirán el 85% de la producción anual proyectada. Se estima que el margen de ventas incrementará considerando la inflación proyectada. Se estima que la capacidad producida incrementará en un 5% anual. Esta estimación se ha realizado con base en el CARG del mercado de alimentos sin gluten proyectado hasta 2029 que es de 5,80%.

La proyección de las ventas para "Salud&Pizza" en un lapso de cinco años revela un incremento progresivo en la producción y las ventas, iniciando con 12.240 unidades vendidas en el primer año y llegando a 14.878 unidades en el quinto año. Cada año, los gastos de producción se incrementan un poco, lo que indica una inversión proyectada en 56.873,80 para el primer año y en 60.613,11 para el quinto. El precio de venta también experimentará un leve aumento, iniciando en 4,65 y alcanzando a 4,94 en el último año. Esto permitirá un incremento en el margen de rentabilidad del 0% en el primer año al 17% en el quinto, lo que señala un progreso económico sostenible del negocio.

Punto de Equilibrio

Tabla 23. Datos para el cálculo del Punto de Equilibrio (PE)

Costos Fijos Totales	Precio de Venta Unitario	Costo Variable Unitario
$ 42.253,00	$ 4,65	$ 1,02

Nota. Elaborado por autores

Tabla 24. Cálculo del punto de equilibrio

PE	Costos Fijos Totales / (Precio de Venta Unitario- Costo Variable Unitario)		
PE		11636	**Unidades**
PE	$	54.067	**Ventas por año**

Nota. Elaborado por autores

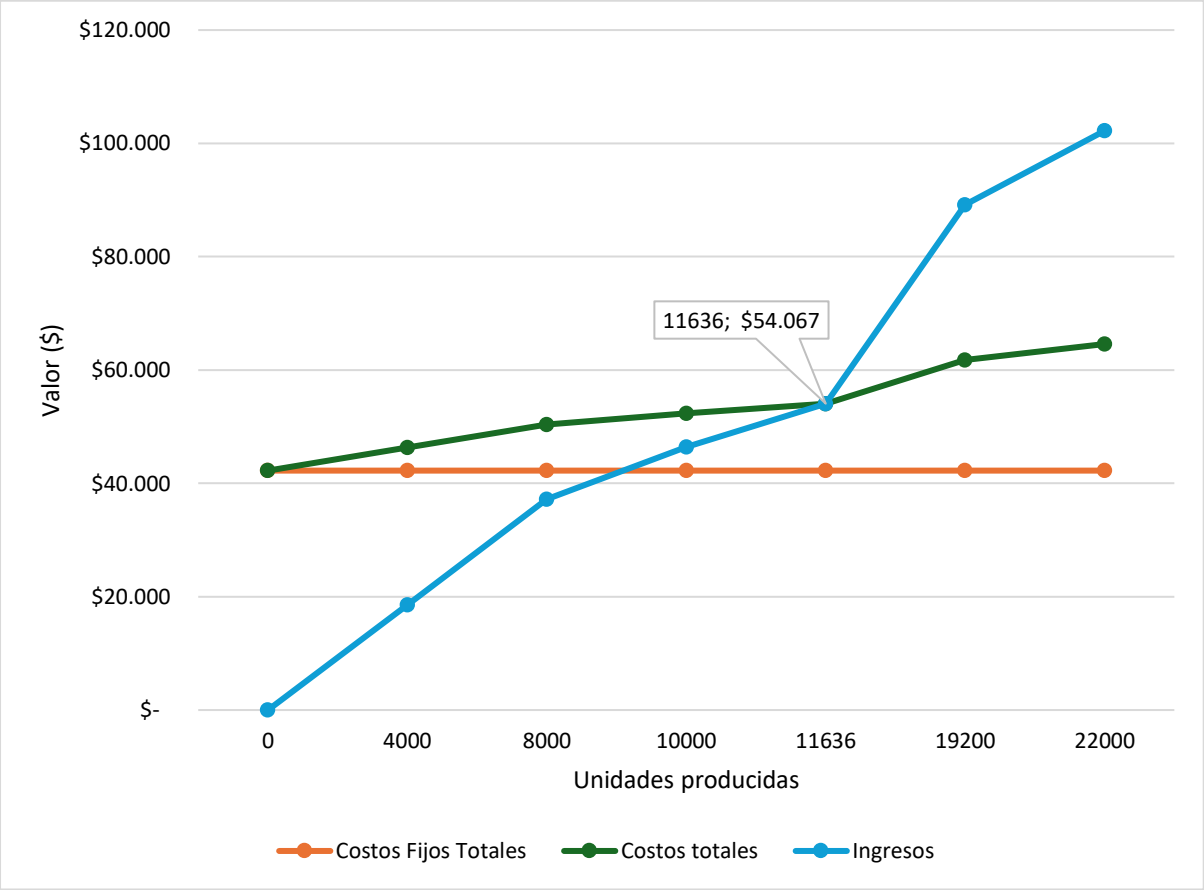
El punto de equilibrio se ha determinado dividiendo los costos totales fijos, que ascienden a 42.253, entre la diferencia entre el precio de venta por unidad de 4.,5 y el costo variable por unidad de 1,02. Este estudio muestra que se logra el punto de equilibrio al comercializar 11.636 unidades, lo que representa inversiones de $54.067 al año. Este cálculo es crucial para comprender el número de unidades que necesitan ser vendidas para cubrir todos los costos, proporcionando una guía exacta para la planificación y la viabilidad financiera del proyecto empresarial.

Tabla 25. Datos para gráfico del PE

Unidades	Costos Fijos Totales	Costos totales	Ingresos
0	$ 42.253	$ 42.253	$ -
4000	$ 42.253	$ 46.314	$ 18.586
8000	$ 42.253	$ 50.376	$ 37.172
10000	$ 42.253	$ 52.406	$ 46.466
11636	**$ 42.253**	**$ 54.067**	**$ 54.067**
19200	$ 42.253	$ 61.747	$ 89.214
22000	$ 42.253	$ 64.590	$ 102.224

Nota. Elaborado por autores

Figura 51. Gráfico del PE



Nota. Elaborado por autores

Este análisis capacita a la empresa para desarrollar estrategias comerciales, ajustar precios y costos, y evaluar riesgos, garantizando así su viabilidad financiera y su crecimiento sostenible en el competitivo mercado de alimentos saludables.

Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla 26. Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado a 5 años

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas					
Unidades Vendidas	12240	12852	13495	14169	14878
Precio Unitario	$ 4,65	$ 4,72	$ 4,79	$ 4,86	$ 4,94
Ingresos por Ventas	**$ 56.873,80**	**$ 60.672,97**	**$ 64.668,59**	**$ 68.927,34**	**$ 73.466,55**
Costos Variables					
Materia Prima	$ 13.138,32	$ 13.348,53	$ 13.550,10	$ 13.754,70	$ 13.962,40
Materiales Indirectos	$ 1.482,48	$ 1.506,20	$ 1.528,94	$ 1.552,03	$ 1.575,47
Total Costos Variables	$ 14.620,80	$ 14.854,73	$ 15.079,04	$ 15.306,73	$ 15.537,86
Costos Fijos					

Mano de Obra Directa	$ 12.000,00	$ 12.260,40	$ 12.526,45	$ 12.798,27	$ 13.076,00
Mano de Obra Indirecta	$ 17.880,00	$ 18.268,00	$ 18.664,41	$ 19.069,43	$ 19.483,24
Arrendamientos	$ 8.400,00	$ 8.400,00	$ 8.400,00	$ 8.400,00	$ 8.400,00
Servicios Básicos	$ 483,00	$ 483,00	$ 483,00	$ 483,00	$ 483,00
Marketing y Publicidad	$ 2.280,00	$ 2.316,48	$ 2.351,46	$ 2.386,97	$ 2.423,01
Certificación Gluten Free	$ 1.210,00	$ 1.210,00	$ 1.210,00	$ 1.210,00	$ 1.210,00
Total Costos Fijos	$ 42.253,00	$ 42.937,88	$ 43.635,32	$ 44.347,67	$ 45.075,24
Costos Totales	**$ 56.873,80**	**$ 57.792,61**	**$ 58.714,36**	**$ 59.654,40**	**$ 60.613,11**
Utilidad Operativa	**$ -**	**$ 2.880,36**	**$ 5.954,23**	**$ 9.272,94**	**$ 12.853,44**
Gastos Financieros	**$ 234,00**	**$ 234,00**	**$ 234,00**	**$ 234,00**	**$ -**
Utilidad antes de Participación	**$ -234,00**	**$ 2.646,36**	**$ 5.720,23**	**$ 9.038,94**	**$ 12.853,44**
Participación Trabajadores 15%	$ -35,10	$ 396,95	$ 858,03	$ 1.355,84	$ 1.928,02
Utilidad antes de Impuestos	**$ -198,90**	**$ 2.249,41**	**$ 4.862,19**	**$ 7.683,10**	**$ 10.925,43**
Impuesto a la Renta 25%	$ -49,73	$ 562,35	$ 1.215,55	$ 1.920,77	$ 2.731,36
Resultado Ejecutivo Neto	**$ -149,18**	**$ 1.687,06**	**$ 3.646,65**	**$ 5.762,32**	**$ 8.194,07**
Margen Neto (%)	**-0,3%**	**2,8%**	**5,6%**	**8,4%**	**11,2%**

Nota. Elaborado por autores

El estado de resultados de muestra que, pese a los costos fijos y variables vinculados a la producción y operación, la compañía tiene la capacidad de obtener rentabilidad al comercializar al menos 11.636 unidades, generando ingresos anuales proyectados de $54.067. Es imprescindible un control óptimo de los costos y un monitoreo detallado de los ingresos para maximizar recursos y garantizar la sostenibilidad financiera en el competitivo sector de alimentos libres de gluten.

Estado de flujo de caja

Tabla 27. Flujo de Caja proyectado a 5 años

Flujo de Caja						
Concepto	**AÑO 0**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Enfoque valor en libros						
Ut. Operativa		$ -	$2.880,36	$5.954,23	$9.272,94	$12.853,44
Depreciación				$2.078,74		
Inversión	$-20.130,92					
Capital de trabajo	$-3.594,86					$3.594,86
Préstamo	$15.000,00	$511,72	$528,47	$ 517,06	$ 519,28	$-
Flujo de caja	**$-8.725,78**	**$-511,72**	**$2.351,89**	**$3.358,43**	**$8.753,66**	**$9.258,58**
Flujo de caja acumulado	**$-8.725,78**	**$-9.237,50**	**$-6.885,61**	**$-3.527,18**	**$5.226,48**	**$14.485,06**

Nota. Elaborado por autores

El flujo de efectivo proyectado presenta un patrón positivo durante cinco años, mostrando un incremento progresivo en la rentabilidad operativa, que se eleva de 2.880 en

el primer año a 12.853 en el quinto. Pese a una considerable inversión inicial y la necesidad de cubrir los costos del capital operativo, se anticipa una acumulación de efectivo que señala la viabilidad del negocio y su habilidad para cumplir con compromisos financieros, lo que indica una robusta administración de ingresos y costos. No obstante, la eficacia en la conversión de ventas y la gestión de costos continuarán siendo fundamentales para preservar un flujo de efectivo estable.

Indicadores Financieros

Tabla 28. Indicadores Financieros

Tasa de descuento (WACC)	12,61%
TIR	27,50%
VAN	$4.956,48
PR	El PR sería 3 años con 5 meses

Nota: Con una TIR de 27,50% el proyecto es rentable

La TIR del proyecto es realmente sobresaliente-27,50%. Dado que muestra la tasa de rentabilidad del proyecto durante su vida útil, este indicador es absolutamente vital. Es una alternativa interesante para los inversores, ya que una TIR superior al tipo de descuento empleado demuestra que el proyecto es económicamente viable y ofrece una rentabilidad razonable sobre la inversión inicial.

Tras descontar los flujos de caja futuros al tipo de descuento del 12,61%, el VAN de 4.956,48 $ implica que el proyecto no sólo devolverá la inversión inicial, sino que además creará un notable superávit. Esto convierte al proyecto en una alternativa tentadora en la cartera de inversiones, ya que demuestra que es lucrativo y ayuda a revalorizar el capital invertido.

Tabla 29. Cálculo del CAPM

CAPM = $Rf + \beta \times (Rm - Rf)$ + Riesgo país	
Tasa libre de riesgo (Rf)	4,00%
β	0,9747
Rendimiento esperado del mercado (Rm)	9,19%
Riesgo país	5,08%
CAPM	**14,14%**

Nota. Elaborado por autores

Tabla 30. Cálculo del WACC

WACC = (E/V) x Re + (D/V) x Rd x (1-T)	
E	$ 8.941,53
D	$ 15.000,00
V	$ 23.941,53
Re	14,14%
Rd	15,60%
T	25%
WACC	**12,61%**

Nota. Elaborado por autores

Con respecto a elementos como el riesgo de mercado y la tasa libre de riesgo, el modelo CAPM genera un rendimiento estimado del 14,14%. Este ritmo es crucial para evaluar el atractivo del proyecto frente a otras inversiones peligrosas. Un CAPM por encima de la tasa de rendimiento esperada indica que "Salud&Pizza" puede presentar rendimientos competitivos. El WACC del 12,61% es una cifra crucial que refleja el coste medio de la financiación de la empresa. Esta indicación sugiere que los rendimientos de "Salud&Pizza" deben igualar o superar este % si se considera que es un proyecto atractivo. Un WACC relativamente bajo a sugiere un perfil de riesgo manejable y un acceso favorable al financiamiento.

En este sentido, la evaluación de "Salud& Pizza" muestra que el proyecto es viable y rentable, respaldado por un rendimiento atractivo que supera los costes iniciales. Con un período razonable de recuperación, la empresa empieza a producir netas en una escala adecuada para nosotros. Por otro lado, el aumento constante del valor operativo del banco

demuestra la necesidad de control y eficiencia en el control de costes para mantener la rentabilidad. Estos resultados reflejan las buenas perspectivas de Salud&Pizza en el desarrollo del mercado de alimentos sin gluten.

Conclusiones

Inicialmente, la creación de una masa de pizza basada en harina de garbanzos, exenta de gluten, ha evidenciado ser una iniciativa factible que responde a la demanda ascendente de productos saludables en el mercado de Guayaquil. Este hecho puede atribuirse no solo a que este producto cumple con las necesidades de los consumidores con limitaciones dietéticas, sino que también proporciona una opción apetecible y nutritiva que puede competir eficazmente con las alternativas convencionales.

Adicionalmente, la investigación de mercado efectuada ha aportado datos significativos acerca de las preferencias y patrones de consumo de los posibles consumidores. En consecuencia, la detección de problemas presentes, tales como la insuficiencia de opciones culinarias sabrosas y saludables, permitirá a Salud&Pizza distinguirse de la competencia en un sector en expansión.

Además, es imperativo definir y transmitir de manera eficaz las características singulares del producto para generar un impacto positivo en el consumidor. En este contexto, hay que destacar el elevado valor nutricional de la masa y su carácter exento de gluten no solo captará la atención de aquellos interesados en alternativas saludables, sino que también fomentará la confianza en individuos con intolerancias alimentarias.

Además, el plan de mercadotecnia denominado “Salud&Pizza: El placer de comer sin gluten” se distingue firmemente en el sector de alimentos sin gluten, gracias a la integración de ingredientes innovadores como la harina de garbanzo, poniendo un énfasis particular en la salud y la sostenibilidad. La estrategia engloba una gestión eficaz de costos, la cooperación con productores locales y un enfoque sistemático hacia la innovación y la recopilación de datos del consumidor. Estos elementos combinados posibilitan que la organización

establezca un nicho de relevancia, fomente la fidelidad del cliente y asegure un crecimiento sostenible en el largo plazo.

Finalmente, la evaluación financiera de Salud&Pizza indica que el proyecto es viable y lucrativo, respaldado por un rendimiento positivo que compensará los costos iniciales. Con un periodo de recuperación apropiado, la organización iniciará la generación de beneficios netos en un periodo apropiado. Además, las proyecciones de flujo de efectivo señalan un incremento sostenido en la rentabilidad operativa, subrayando la importancia de instaurar un control efectivo de costos para garantizar la rentabilidad.

Recomendaciones

Estas son algunas sugerencias estratégicas destinadas a maximizar el rendimiento y la posición de Salud&Pizza en el mercado de los alimentos sin gluten. Estas sugerencias se basan en los resultados del estudio de las tendencias de consumo, el perfil del cliente y el entorno competitivo. Haciendo énfasis en la innovación, la sostenibilidad y la satisfacción del cliente, cada consejo pretende mejorar la propuesta de valor de la marca e impulsar una interacción significativa con su mercado objetivo mediante un crecimiento sostenible.

Se recomienda seguir investigando para incluir alternativas nutritivas que complementen a la harina de garbanzo, teniendo en cuenta la importancia de los buenos ingredientes y su influencia en la percepción del producto. Mediante pruebas de mercado con diversas combinaciones, podrían encontrarse nuevas preferencias de los clientes, asegurando así que el producto Salud&Pizza siga siendo relevante y acorde con las tendencias alimentarias actuales.

Desarrollar campañas informativas que enseñan a los consumidores las ventajas de una dieta sin gluten y el valor nutricional de los componentes utilizados en sus productos debido a su gran importancia para los usuarios. Al concienciar sobre las cualidades saludables de sus productos a través de diversos canales de comunicación incluidos seminarios, redes sociales y material promocional en el punto de ventas, puede ayudar a orientar las decisiones de compra.

Desarrollar alianzas sólidas y duraderas con empresas cercanas no solo ayuda al crecimiento económico local, sino que también optimiza los costes de los insumos. Se aconseja establecer un programa de asociación que no sólo garantice la calidad de los ingredientes, sino que también haga hincapié en la comercialización de productos locales, lo

que puede resultar atractivo para los consumidores que apoyan la sostenibilidad y la ayuda a la economía local.

La recopilación de datos sobre la experiencia del cliente es fundamental para adaptar las ofertas a sus preferencias y necesidades. Se sugiere implementar encuestas periódicas y emplear herramientas de análisis de datos para recoger y procesar la información de los consumidores. Este enfoque proactivo posibilitará que Salud&Pizza se ajuste ágilmente a los cambios en el comportamiento del consumidor y optimice su propuesta de valor.

Bibliografía

Alitecno. (2024). *Fundas al vacío*. Alitecno: https://www.alitecno.com.ec/fundas-al-vacio

Arroyo, P. (Septiembre de 2020). *Análisis del mercado de los productos sin gluten en España.* Universidad Politécnica de Madrid: https://oa.upm.es/67404/1/TFG_PAULA_ARROYO_VAQUERIZO.pdf

Bermejo, L. (2020). *La nueva moda de la dieta sin gluten: Beneficios, riesgos y falsos mitos.* Universidad de Valladolid: https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/42159/TFG-M-N2008.pdf;jsessionid=A65C5863BB647256D05ADF6F0196956A?sequence=1

Chonillo, J., Mera, H., Zambrano, M., y García, A. (2022). Enfermedad celíaca. Revisión. *Salud & Ciencias Médicas, 2*(1), 53-69. https://doi.org/https://saludycienciasmedicas.uleam.edu.ec/index.php/salud/article/view/36

Coba, G. (30 de Septiembre de 2022). *Tras la pandemia, aumenta el consumo de productos saludables*. Primicias: https://www.primicias.ec/noticias/economia/consumo-productos-saludables-ecuador/

Comisión Legislativa y de Fiscalización. (2010). *Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria.* Comisión Legislativa y de Fiscalización.

Cornelis, C. (2024). La introducción de objetivos SMART en un entorno educativo. *Educación Química, 35*(2), 100-108. https://doi.org/https://doi.org/10.22201/fq.18708404e.2024.2.86489

Davalas, A. (2023). The Importance of the TAM-SAM-SOM Model and How Big Data and AI Help. *International Journal of Social Science and Economic Research, 8*(12), 3936-

3944. https://doi.org/10.46609/IJSSER.2023.v08i12.016 URL: https://doi.org/10.46609/IJSSER.2023.v08i12.016

De la Calle, I., Ros, G., Peñalver, R., y Nieto, G. (2020). Enfermedad celiaca: causas, patología y valoración nutricional de la dieta sin gluten. *Revista Nutrición Hospitalaria, 37*(5), 1043-1051. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.20960/nh.02913

Dobaño, R. (28 de Octubre de 2024). *Control de ingresos y gastos en un negocio: ¿cómo hacerlo?* Quipu: https://getquipu.com/blog/control-ingresos-gastos-negocio/

Federación de Asociaciones de Celiacos de España. (2021). *Informe de precios sobre productos sin gluten.* Federación de Asociaciones de Celiacos de España: https://celiacos.org/wp-content/uploads/2021/02/Informe-de-precios-sobre-productos-sin-gluten-2021.pdf

Feria, H., Matilla, M., y Mantecón, S. (2020). La entrevista y la encuesta. *Revista Didasc@lia: Didáctica y Educación, 11*(3), 62-79. https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7692391.pdf

FoodData Central. (2024). *Harina de garbanzo.* FoodData Central : https://fdc.nal.usda.gov/food-search?query=&type=Foundation

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guayaquil. (Julio de 2024). *Evaluación socioeconómica.* Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guayaquil: https://www.guayaquil.gob.ec/wp-content/uploads/Documentos/UPFE-CAF/UPFE%202024/PE-MIMG-2024-7/PREPARATORIA/14.%20INFORMES/SOCIOECON%C3%93MICO/InfSocioeconomicoJardinesS-signed-signed-signed.pdf

Hernández, A. (2022). *Trabajo de investigación sobre harinas sin gluten para la associació de celíacs de Catalunya.* Asociación Celíacos de Cataluña.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2024). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo*. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiNGUxZjQyMDUtMzg0Zi00MzI0LTk5NWEtY2JiMWUzM2YyYjdlIiwidCI6ImYxNThhMmU4LWNhZWMtNDQwNi1iMGFiLWY1ZTI1OWJkYTExMiJ9

Jiménez, R. (2023). *Alimentos para celíacos: Análisis nutricional y sus grandes desafíos organolépticos y tecnológicos.* Universidad Politécnica de Madrid: https://oa.upm.es/76913/1/TFM_RUTH_JIMENEZ_MARTIN.pdf

Maldonado, S., y Procel, C. (2021). *Estudio de mercado para un futuro lanzamiento de un nuevo snack a base de arveja, enfocado a la población de Cumbayá.* https://doi.org/https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/13729/1/UDLA-EC-TMACSA-2021-07.pdf

Marzano, G., Suárez, A., Moncayo, P., Toledo, L., y Almeida, V. (2022). *Evaluación de la aceptabilidad de un pan de harina de quinua libre de gluten con adición de proteína de suero de leche.* Universidad de las Américas: https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/14363/1/UDLA-EC-TMACSA-2022-03.pdf

Mejía, M., y Maldonado, L. (2020). La gastronomía como medio para el desarrollo de innovaciones sociales. *Rev.investig.desarro.innov, 11*(1), 23-33. https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7944831.pdf

Merino, M. (10 de Julio de 2020). *Necesidades de los celíacos y carencias en la oferta "sin gluten".* Universidad de Valladolid: https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/45960/TFG-E-1060.pdf

Moreno, M., y Sousa, C. (2020). Actualización de conocimientos en la enfermedad celíaca y otras patologías relacionadas con el gluten. *Revista Española de Ciencias Farmacéuticas, 1*(1), 34-44. https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8021961

Ortiz, J. (Septiembre de 2020). *Análisis del comportamiento de compra de snacks saludables de frutos secos y deshidratados en la ciudad de Cuenca parroquia Totoracocha.* Universidad Católica de Guayaquil: http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/15335/1/T-UCSG-PRE-ESP-MD-CM-228.pdf

Parada, A., Espino, A., Reyes, Á., y Santibañez, H. (2021). Factores que limitan la adherencia a la dieta y la calidad de vida en enfermos celiacos chilenos durante COVID-19. *Archivos Latinoamericanos de Nutrición, 71*(1), 54-60. https://doi.org/https://doi.org/10.37527/2021.71.1.006

Pascual, L. (2023). *Beneficios, riesgos y mitos sobre la dieta sin gluten.* Universidad de Valladolid: https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/61316/TFG-M-N3095.pdf?sequence=1

Pérez, V. (Junio de 2022). *Mercado meta.* Técnicas de mercadeo y comercialización: https://soyineeb.com/wp-content/uploads/2020/06/T%C3%A9cnicas-de-mercadeo-y-comercializaci%C3%B3nsemana-12.pdf

Poveda, G., Salazar, V., Avilés, P., Carrera, J., y Neira, G. (2021). Revisión a la seguridad alimentaria en el Ecuador. *South Florida Journal of Development, 2*(2), 3189-3199. https://doi.org/10.46932/sfjdv2n2-157

Poveda, M. (2024). *Proyecto de formación para la elaboración de menús y platos saludables y libres de gluten en restauración colectiva.* Universidad de Alicante: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/144232/1/ELABORACION_DE_UNA_GUIA_Y_MENUS_PARA_REALIZAR_PLAT_Poveda_Montesinos_Mariola.pdf

Ramos, A. (Junio de 2022). *La importancia de la alimentación saludable.* Universidad de Valladolid: https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/57913/TFG-L3449.pdf?isAllowed=y&sequence=1

Real, R., y Aguilera, M. (2021). Facilidades y barreras para la dieta sin gluten de personas con enfermedad celiaca del Paraguay . *Revista Española de Nutrición Humana y Dietética, 25*(4), 376-383. https://doi.org/doi: 10.14306/renhyd.25.4.1338

Redacción Primicias. (2023). *Guayaquil tiene cinco de las parroquias urbanas con más votantes.* Redacción Primicias: https://www.primicias.ec/noticias/seccionales-2023/guayaquil-parroquias-urbanas-grandes-elecciones/

Reimundo, D. (2017). *La innovación de productos alternativos a la harina de trigo a base de harina de arroz y de soja para la enfermedad celíaca.* Universidad Regional Autónoma de los Andes: https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/5891/1/PIUAESC012-2017.pdf

Ribadeneira, M. (28 de Marzo de 2024). *Presupuesto de publicidad: aprende a crearlo y alcanza tus objetivos*. HubSpot: https://blog.hubspot.es/marketing/presupuesto-de-publicidad

Rodas, F., y Pacheco, V. (2020). Grupos Focales: Marco de Referencia para su Implementación. *INNOVA Research Journal, 5*(3), 182-195. https://doi.org/https://doi.org/10.33890/innova.v5.n3.2020.1401

Roig, J. (11 de Septiembre de 2020). *Influencia de la harina de garbanzo sobre las propiedades fisicoquímicas y sensoriales de crackers sin gluten.* Universidad Técnica de Valencia: https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/151467/Roig%20-%20Influencia%20de%20la%20harina%20de%20garbanzo%20sobre%20las%20propiedades%20fisicoqu%C3%ADmicas%20y%20sensoriales%20de%20crackers%20sin%20gluten.pdf?sequence=2

Rosales, M. (15 de Agosto de 2024). *Reinventó la alimentación saludable y hoy factura US$ 700.000*. Forbes Ecuador: https://www.forbes.com.ec/negocios/reinvento-alimentacion-saludable-hoy-factura-us-700000-n57626

Saket, A. (2024). *Mercado de alimentos sin gluten.* Kings Research.

SGS. (2021). *Libre de gluten*. SGS: https://www.sgs.com/es-ec/service-groups/libre-de-gluten

SGS. (2024). *Organización de certificación de ausencia de gluten*. https://doi.org/https://www.sgs.com/es-ec/services/organizacion-de-certificacion-de-ausencia-de-gluten

Silva, L. (28 de Febrero de 2023). *TAM, SAM, SOM: ¿qué son y cómo se calculan?* HubSpot: https://blog.hubspot.es/marketing/tam-sam-som

Simón, E. (31 de Octubre de 2024). *El 96 % del personal sanitario público afirma necesitar formación sobre la dieta sin gluten*. Noticias de la Universidad del País Vasco: https://www.ehu.eus/es/-/el-personal-sanitario-publico-necesita-formacion-sobre-la-dieta-sin-gluten

Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (30 de Abril de 2024). *Constitución Electrónica De Sociedades Por Acciones Simplificadas (SAS).* Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros: https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/images/guias/societario/cons_sas/SAS.pdf

Supermaxi. (Noviembre de 2024). *Catálogo de Supermaxi*. Supermaxi: https://www.supermaxi.com/marca/liv/

Valencia, L., y Montoya, A. (2021). *HARINAS NO CONVENCIONALES CON ALTO CONTENIDO PROTEICO ELABORADAS A PARTIR DE LEGUMBRES Y SUS APLICACIONES EN LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS: REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.* Universidad del Valle: https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/server/api/core/bitstreams/902f66b0-1231-4a23-8bdc-92a6a4e10413/content

Yépez, G., Quimis, N., y Sumba, R. (2021). El marketing mix como estrategia de posicionamiento en las MIPYMES ecuatorianas. *Polo del Conocimiento*, 2045-2069.

Zerbini, C., De-Canio, F., Martinelli, E., y Luceri, B. (2024). Are gluten-free products healthy for non-celiac consumers? How the perception of well-being moderates gluten-free addiction . *Food Quality and Preference* (118), 1-11. https://doi.org/https://www.elsevier.com/locate/foodqual

Zumba, L. (22 de Enero de 2022). *La comida libre de gluten y certificada escasea en el plato*. Diario Expreso: https://www.expreso.ec/actualidad/economia/comida-libre-gluten-certificada-escasea-plato-119955.html

Anexos

Evidencias de entrevistas (audios transcritos)

Entrevista a Gastroenterólogo

Archivo de audio

Transcripción

Orador 1

¿Cuáles son las recomendaciones dietéticas más comunes que da a sus pacientes con enfermedad celíaca?

Orador 2

Que busquen opciones que no contengan gluten

Orador 1

¿Qué papel juega la educación nutricional en el manejo de la enfermedad celíaca y otras restricciones alimentarias?

Orador 2

Juega un papel importante ya que les enseñan otras alternativas que le aporten mas nutrientes

Orador 1

¿Cuáles son los beneficios que ha observado en pacientes que consumen productos sin gluten de calidad?

Orador 2

Disminuye la sintomatología de la patología que presenta.

Orador 1

¿Qué criterios considera al evaluar la seguridad de un producto sin gluten, como una masa de pizza a base de harina de garbanzo?

Orador 2

Se vería el tiempo de consumo (fecha de expiración)

Orador 1

Si una masa de pizza a base de harina de garbanzo estuviera disponible, ¿la recomendaría a sus pacientes? ¿Por qué?

Orador 2

Si la recomendara, porque sería una buena opción para su patología ya que mejoraría su calidad de vida

Orador 1

¿Qué tan importante es para los pacientes celíacos la variedad de opciones sin gluten en los supermercados locales?

Orador 2

Es muy importante ya que ellos no dejarían de comer carbohidratos, ya que es un buen aporte de energía

Orador 1

¿Qué características considera más importantes al elegir una masa de pizza sin gluten? (por ejemplo, sabor, textura, valor nutricional, etc.)

Orador 2

Su textura, sabor, visual y valor nutricional

Entrevista a persona con enfermedad celíaca

Archivo de audio

Transcripción

Orador 1

Es Roxana Pibaque, y a continuación voy a realizar la entrevista al señor Alexander, paciente celíaco de 37 años.

Orador 2

Buenos días, Roxana, para mí es un gusto poder compartir mi experiencia y conocimiento para un proyecto novedoso.

Orador 1

¿Su experiencia personal, cuánto tiempo ha estado siguiendo una dieta sin gluten?

Orador 2

Bueno, le comento a Roxana que exactamente a los 20 años me diagnosticaron esta enfermedad, de ahí llevo una vida más saludable y libre de gluten.

Orador 1

¿Cuáles son los mayores desafíos que enfrentan al buscar opciones de comida fuera de casa?

Orador 2

Muchas veces no he encontrado lugares donde venden comida sin gluten o no hay mucha variedad de alimentos dentro de los restaurantes o supermercados, puesto que en nuestra sociedad se carece de conocimiento acerca de los alimentos sin gluten.

Orador 1

¿Cómo ha afectado la enfermedad celiaca y la dieta sin gluten a su calidad de vida en general?

Orador 2

Al inicio del diagnóstico me costó adaptarme a seguir una dieta estricta, ya que esto representó un cambio en mi vida cotidiana. Sin embargo, si no realizaba estos cambios, comenzaba a tener problemas de gases hinchazón del estómago, diarreas y a sentir mucho cansancio. Le comentó que siempre tengo que revisar que estos alimentos estén elaborados sin gluten o verificar si son aptos para mí.

Orador 1

Entre sus preferencias alimentarias y una masa de pizza a base de harina de garbanzos, estuviera disponible. ¿Estaría dispuesto a probarla?

Orador 2

Ya que es una opción saludable.

Orador 1

Qué características consideraría más importantes al elegir una masa de pizza sin gluten, por ejemplo, sabor, textura, valor nutricional, etcétera.

Orador 2

Bueno que tenga un valor nutricional alto, acompañado de buen sabor y textura, agradable a mi paladar y al de todos los consumidores.

Orador 1

¿Qué ingredientes adicionales cree que podría mejorar una masa de pizza sin gluten?

Orador 2

Yo pienso que hay hierbas o especies que aportan con más sabor o sabor distintivo a la pizza.

Orador 1

¿Qué tan importante es para usted la variedad de opciones sin gluten en los supermercados locales?

Orador 2

Yo pienso que es extremadamente importante, pues esto me ha permitido encontrar fácilmente ciertos alimentos que se adaptan a mi dieta.

Orador 1

¿Qué expectativas tiene sobre una masa de pizza a base de harina de garbanzo en términos de sabor y textura en comparación con las masas tradicionales?

Orador 2

Te cuento que en lo personal es algo novedoso y muy bueno a la vez. Ya ya que tengo una opción de poder disfrutar una pizza que le otorga valores nutricionales a mi organismo en El País. No he visto pizza sin gluten, sería muy bueno para nosotros tener nuevos productos dentro del mercado. La pizza, además de ser para personas que padecemos esta enfermedad, también puede ayudar en la actualidad a las que llevan una vida saludable.

Orador 1

¿Que tan importante es para usted la transparencia en la información nutricional de los productos que consume?

Orador 2

Es muy importante, pues esto me ayuda mucho a mi salud, ya que si hay ingredientes que no constan en la etiqueta que podría ser perjudicial y desencadenar reacciones adversas en mi organismo.

Orador 1

¿Qué recursos se utiliza para informarse sobre productos y recetas sin gluten?

Orador 2

En las redes suelo ver recetas que suben la comunidad gluten free. En cuanto al producto, solo leer las etiquetas e ingredientes buscó la certificación gluten free, puesto que me garantiza la calidad y la seguridad de los productos ecuatorianos.

Orador 1

¿Cree que hay suficiente información y educación disponible sobre la enfermedad celíaca y las opciones de alimentos sin gluten?

Orador 2

Le comento, no hay una capacitación en El País sobre esta enfermedad. Por lo cual muchas veces. Debo de buscar en internet lugares donde vendan estos productos o más bien prepararlos en casa por temas de contaminación. Las opciones de alimentos son limitada debido a que se necesita una mejor capacitación y educación en El País.

Orador 1

¿Qué sugerencias daría a los fabricantes de productos sin gluten para mejorar la calidad y variedad de sus productos?

Orador 2

Bueno, yo sugiero a los fabricantes colocar en la parte de atrás las proporciones nutricionales, colocar los ingredientes que contenga cada producto sin ocultar esto en sus etiquetas también que puedan añadirles más versatilidad a sus creaciones.

Orador 1

¿Estaría interesado en probar innovaciones en productos sin gluten como una masa de pizza a ser harina de garbanzo, por qué?

Orador 2

Sí, porque sería un alimento nutritivo en proteínas al contener harina de garbanzos, puesto que siempre me la recomienda mi gastroenteróloga. Además, saborear una pizza. ¿A quién no le gustaría sentir que ahora se puede disfrutar en casa de manera más rápida y saludable?

Orador 1

¿Hay algo más que le gustaría compartir sobre su experiencia con la enfermedad celíaca y la búsqueda de opciones alimentarias sin gluten?

Orador 2

Compartir con los adolescentes toda la información de esta enfermedad. Podría orientarlo en su alimentación sin que sea complicado adaptarse.

Orador 1

¿Recomendar una nueva masa de pizza sin gluten, amigos y familiares por qué?

Orador 2

Sí, porque es algo muy nutritivo y de muy buen sabor. Para el paladar la recomendaría al máximo a todos mis amigos y familiares y sería espectacular poder encontrarlas dentro de los supermercados locales.

Orador 1

Quiero agradecerles por tomarse el tiempo de compartir esta valiosa información. Ha sido una conversación muy enriquecedora.

Orador 2

A participar en esta entrevista estoy muy agradecido. Espero que la información.

Entrevista a chef profesional

Orador 1

¿Ha trabajado anteriormente con ingredientes sin gluten, como la harina de garbanzo? Si es así, ¿cuánto tiempo ha estado utilizando estos ingredientes en su cocina?

Orador 2

Llevo trabajando con ingredientes sin gluten desde hace unos 5 años, entre los que se incluyen harinas alternativas de garbanzo, almendra y arroz. Empecé a utilizar estos ingredientes porque aumentó la demanda de opciones sin gluten en nuestro restaurante. De hecho, desde hace dos años utilizo en particular harina de garbanzo.

Orador 1

¿Qué técnicas utiliza para trabajar con masas sin gluten? ¿Hay algún consejo específico que recomendaría para lograr una buena textura y sabor?

Orador 2

El tiempo de hidratación y reposo es fundamental para las masas sin gluten. Yo aplico métodos como la pre fermentación de harinas y utilizo gomas naturales como la de xantana para mejorar la elasticidad. Un consejo fundamental es pesar los ingredientes, no medir por volumen, ya que las masas sin gluten requieren precisión.

Orador 1

¿Qué medidas toma en su cocina para evitar la contaminación cruzada al trabajar con productos sin gluten?

Orador 2

En mi cocina, tenemos un área completamente separada para la preparación de alimentos sin gluten. Está delimitada con un conjunto diferente de utensilios, tablas de cortar y equipos. Le ponemos códigos a los utensilios por colores y realizamos una limpieza profunda entre preparaciones. Los recipientes sellados y etiquetados también contienen nuestros ingredientes sin gluten.

Orador 1

¿Qué le parece la idea de una masa de pizza a base de harina de garbanzo? ¿Cree que podría ser una buena alternativa a las masas tradicionales?

Orador 2

La base de pizza de harina de garbanzos es una buena opción. No solo es mejor nutricionalmente, ya que contiene más proteínas y fibra, sino que también aporta su sabor, que armoniza muy bien con los ingredientes mediterráneos. Es una innovación alternativa que responde a la demanda del mercado en este momento.

Orador 1

En su experiencia, ¿qué características de sabor y textura considera esenciales para una masa de pizza exitosa? ¿Cómo cree que se compara la masa de garbanzo con las masas tradicionales?

Orador 2

Una buena masa de pizza debe tener una corteza crujiente, pero el interior suave y masticable. La masa de garbanzos no es como la masa normal; proporciona una textura interesante y un sabor más terroso. En todo, excepto en la elasticidad del gluten, no tiene que imitar realmente el gluten, si se trabaja bien, se pueden obtener muy buenos resultados. Definitivamente usaría esta masa en mi menú. De hecho, ya ofrecemos algunas opciones sin gluten, ¡así que la masa de garbanzos encajaría perfectamente! Esto significa que podemos ofrecerla no solo a quienes tienen que evitar el gluten, sino también a todos aquellos que buscan algo más nutritivo o simplemente algo diferente.

Orador 1

¿Qué características considera más importantes al elegir una masa de pizza sin gluten? (por ejemplo, sabor, textura, valor nutricional, etc.)

Orador 2

Las características más importantes, en este orden, serían la textura, que debe ser manejable y agradable al morder, la armonía de sabores entre las coberturas y los toppings, la consistencia del resultado y el valor nutricional. Una masa que se supone que se adapte a los ingredientes y no se rompa durante el horneado, teniendo una buena estructura durante todo el proceso.

Orador 1

¿Qué ingredientes adicionales cree que podrían mejorar una masa de pizza a base de harina de garbanzo? ¿Hay combinaciones que recomendaría?

Orador 2

También puedes agregar hierbas mediterráneas. Recomiendo romero o tomillo para obtener un sabor óptimo, ya que complementan naturalmente el sabor de la masa de garbanzos. Especialmente comino y pimentón. Considero que agregar una pequeña cantidad de harina de arroz integral me da buenos resultados con la textura.

Orador 1

¿Qué tipo de presentación o acompañamientos considera que atraerían más a los clientes para una masa de pizza sin gluten?

Orador 2

La presentación puede ser rústica y artesanal, donde la masa puede parecer un poco descuidada. Un color interesante en la superficie; por ejemplo, verduras asadas, hierbas frescas y aceite de oliva virgen extra. Recomendaría que la pizza se sirva en tablas junto con una breve explicación sobre los beneficios nutricionales.

Orador 1

¿Cree que los consumidores estarían interesados en probar una masa de pizza a base de harina de garbanzo? ¿Por qué?

Orador 2

En todos mis años de experiencia en el restaurante, ha habido un creciente interés en las opciones sin gluten y otras alternativas saludables. Ahora la gente es más consciente de lo que es saludable y está dispuesta a probar nuevas opciones, sobre todo si ofrecen beneficios adicionales para la salud.

Orador 1

¿Cómo ve la tendencia hacia productos sin gluten en la industria alimentaria? ¿Cree que esta tendencia continuará creciendo?

La tendencia a comer sin gluten ha dejado de ser una obligación en caso de enfermedad para convertirse cada vez más en una opción de estilo de vida para la mayoría de las personas. Tengo la sensación de que esta tendencia seguirá creciendo, pero se hará mucho hincapié en la calidad y el valor nutricional en lugar de en comer sin gluten.

Orador 1

¿Qué consejos daría a los fabricantes de productos sin gluten para mejorar la calidad y aceptación de sus productos en el mercado?

Orador 2

Sugiero que los fabricantes inviertan en desarrollo e investigación para mejorar las texturas, se concentren en ingredientes naturales y simples y den transparencia a los procesos de producción. También deberían realizar pruebas exhaustivas con consumidores reales.

Orador 1

¿Estaría dispuesto a experimentar con nuevas recetas que incluyan harina de garbanzo? ¿Qué tipo de platos le gustaría crear?

Orador 2

Me interesa mucho experimentar con la harina de garbanzo más allá de las pizzas. Me gustaría explorar focaccias, panes planos e incluso postres que aprovechen su versatilidad y nutrición.

Orador 1

¿Qué tan importantes son los aspectos nutricionales al desarrollar un nuevo producto alimenticio?

Orador 2

Son el parámetro que generalmente tenemos en cuenta a la hora de desarrollar un producto. La gente busca alimentos sabrosos y los clientes prefieren alimentos que sean beneficiosos para su salud. Una información nutricional absolutamente clara habla por sí sola.

Orador 1

¿Hay algo más que le gustaría compartir sobre su experiencia con masas sin gluten o sobre la masa de pizza a base de harina de garbanzo?

Orador 2

Otro punto que me gustaría destacar es que el futuro de la gastronomía está en la innovación responsable, trabajando con ingredientes tradicionales, pero mirándolos desde una perspectiva diferente. La harina de garbanzo es una clara demostración de cómo podemos lograr este objetivo de desarrollar opciones alternativas, y hacerlo sin comprometer la calidad ni el sabor.

Evidencias de Degustación (audio transcrito)

Archivo de audio

Orador 1

Bueno, para continuar con las preguntas de la deudación, voy a empezar a a detallarlas ya para que cada 1 me dé su punto de vista de cada tema. ¿Cuál fue su primera impresión al ver la masa de pizza? Describa sus pensamientos y sentimientos.

Orador 2

O sea, al verla visualmente.

Orador 1

Ajá al verla al verla en el. En que nosotros la presentamos.

Orador 2

¿Cómo está ahorita servida? O sea, yo, o sea a mi gusto, yo sí creo que debería ser un poquito más tía, más plana ya porque al momento de meterla al horno como se esponja, o

sea, se se eleva, ya lo van a tener, como que la elevación que quieren, pero ahorita al verla así está como que muy infladita en medio.

Orador 1

Nada más. Sería más encendida, más finita, más finita, tipo galleta, más o menos.

Orador 3

Para mi apreciación y para lo que vi sobre la masa y también al tacto, como dice ella, si se si nos damos cuenta, o sea queda muy esponjosa, pero si nos damos cuenta también es este personal, entonces yo creo que esta personal, o sea, también se puede vivir para dos. También dependiendo como las personas.

Orador 2

Sí, porque o sea. O sea, a mí a mí me gusta, me gusta, o sea, no me gusta ni gruesa, pero tampoco que no me gusta entre una masa intermedia, o sea, ya igual. También creo que es depende de los gustos porque hay personas que le gustan. Obviamente la masa gruesa. Las. Finas, pero a mí en lo personal. Sí es verdad un poquito, creo que se estiró un poquito más y quedaría.

Orador 1

Para mi busco una terminal que me.

Orador 3

Bueno para mí en lo personal, al verla por primera vez la masa porque estamos hablando de la masa este, yo pensé que era una masa como blanquinosa, o sea y opaca y así ajá. YYY dura, pero no o sea me llama la atención porque es una masa suave. Y tiene color, o sea se la ve bonita, me encanta, me encanta, o sea solamente con verla. De ahí en la en lo que la alimentación sí. Excelente, estaba bien rico, bien preparadita.

Orador 2

La masa se ve bien. Para mi gusto se ve bien. ¿Tiene algún uniforme? Lo lo moles que en medio deberían ser más plana, no para que no se esponja llena. La degustación está buena para ser la primera vez probando una. Pizza de garbanzo estaba. Tenía un sabor.

Orador 3

Por primera vez está pasando su presentación, pues lo máximo y esperando que continúe así, eso es hasta mi concepto para todos ustedes.

Orador 2

Para mí me gustó mucho y como digo, fue muy novedoso. De este ya probarlas por lo que sentí que era muy suave y muy, muy rico sabor. Realmente yo la recomendaría y también si saliera al mercado. Yo la compartiría con mis amigos y con mis familiares. Yo la recomendaría

porque aporta también mucho con su proporción. Este nutricional es muy buena para las personas celíacas o de pronto una persona que se le inflama el estómago o sufre algo del estómago sería muy bueno, pues para esto.

Orador 1

¿Cómo describiría la apariencia de la masa en comparación con la masa de pizza tradicional?

Orador 2

La tradicional por por lo general es muy como que muy blanca, o sea, se nota la cantidad de harina que tiene. En cambio, esa hay el color cambia un poco y la textura también cambia demasiado.

Orador 3

Claro es un poquito más amarilloso el el el color que tiene esta masa, entonces sí se ve lo distinto a lo de la ficha tradicional, al menos en color y en textura se ve se ve muy distinto.

Orador 2

El sabor por igual también.

Orador 3

Y es suave más que todo porque la la pizza tradicional la que comemos en tradicional en cualquier pizzería es. Es una masa como bueno, no me gusta, es como dura, pero esta de aquí es suave.

Orador 1

¿Qué aspectos le llamaron la atención?

Orador 2

A mí que sabe de garbanzos porque a mí. Me gusta el garbanzo, pero está bueno.

Orador 2

Los ingredientes, claro, el garbanzo es algo nuevo. Ah ya ya avances algo es una, es algo muy nuevo, entonces sí, se se se volvió muy rico. Me gustó de manera personal, me gustó muchísimo.

Orador 1

¿Qué le pareció el aroma de la pizza les resultó atractivo o poco apetitoso?

Orador 2

Huele bien huele bien.

Orador

Está.

Orador 3

Muy rico. Huele bien aroma.

Orador 1

Y les resultó atractivo y apetitoso en el momento que le dieron la masa.

Orador 3

Sí para mí.

Orador 2

Perfecto, o sea, sí resulta como se queda la incertidumbre de sabrá rico o no sabrá rico, qué nomás le puedo poner encima

Orador

Sí, sí, sí gusta.

Orador 1

¿Al probar cómo describirían el sabor de la? De pizza. ¿Qué sabores específicos, noto y cómo se sintió al respecto?

Orador 2

Yo sí le sentí como que 1 granitos quizás sea por el garbanzo mismo. O sea, no es la típica harina que toda la harina es como que plana y no le sientes como los gránulos. En cambio, al momento ya de comerla ya horneadito sí se le siente como que la diferencia.

Orador 2

De sabor de la masa sí, también fue como que un poco, o sea no sabía a harina sabía algo así como que entre integral YY harina por así decirlo, pero no sabía casi nada de. Pero ya, pues eso ya no sé.

Orador 1

¿Qué opinas sobre la textura de la masa?

Orador 3

Es muy esponjosa la textura que que tiene la masa ahí como está o como la la percibimos las demás. No sé si todos tengan la misma opinión, pero es muy esponjosa, muy suave y eso también es muy agradable.

Orador 2

Sí la la textura también me pareció agradable, es suave y para mi Palazzo y me imagino que es para usted. Estaba muy bueno, también excelente.

Orador 2

Claro, aparte no estaba seca, estaba al punto.

Orador 1

Como sintió al morderla o masticar.

Orador 2

Como te decía, yo sí le sentí como que la diferencia entre la harina normal, la tradicional y esta de aquí sí hay como que ciertos granitos que tú le sientes, pero es bueno porque no, no o sea si tú la ves y no sabes que es de harina de garbanzos, no, no te imaginas que es de garbanzos.

Orador 1

¿Si has probado otra masa de pizza sin gluten? No, no, no.

Orador 3

No, la verdad no

Orador 1

¿Qué sabores adicionales te gustaría que incorporarán a la masa? Piña piña la.

Orador 2

A la masa a la masa.

Orador 2

Orégano.

Orador 1

Orégano que le incluyamos a la masa. Sabor entra.

Orador 2

Para mí nada, así está bien.

Orador 3

Pero a mí tampoco está bien, así como está.

Orador 2

Orégano, más orégano.

Orador 1

Si esta masa de pizza estuviera disponible en el mercado. Considerarías comprarla por.

Orador 3

En lo personal, por lo que. Más que todo exclusivamente para el tipo de enfermedad que está circulando y de esa manera no podemos estar protegiendo.

Orador 2

Orador 2

Yo sí recuperaría porque me gustó y aparte me gusta mucho la pizza.

Orador 1

¿Con qué frecuencia opta el consumo de productos sin gluten?

Orador 2

¿No sé, por ejemplo, el huevo no tiene gluten, o sea, eso es algo que normalmente a veces se suele comer este en el quáquer este qué más?

Orador 2

En la herramienta.

Orador 2

También, pero para lo que consumen eso, pero acá nosotros no.

Orador 1

Creen que esta masa podría convertirse en una opción regular para ustedes.

Orador 3

Sí, sí por salud.

Orador 1

¿Qué tipo de presentación o acompañamiento considerarán? Que tendría. ¿Espera qué tipo de presentación o acompañamiento considera que atraería más a los clientes para una masa de pizza sin gluten?

Orador 3

Como se habló al principio y también lo recomendó la señora dijo que una caja donde se podría moldear o no permita que la masa se destruya o se sí, o sea o pierda la forma. Sí, entonces creo que una caja sería también un buen empaque para que a partir del del empaque que ya tiene, obviamente este sería bien llamativo y ahí dando las indicaciones que cada.

Orador 1

¿Qué aspecto de la masa de pizza les gustaría que se mejoraran? Un aspecto que tienen que mejorar, aparte que la masa debe ser un poco más fina.

Orador 2

Paraguas.

Orador 1

Pero igualmente visualmente puede ser visualmente el empate, el empate.

Orador 1

Que le gustaría compartir sobre su experiencia con la masa de pizza de salud, pizza.

Orador 2

Sea para ser la primera vez, o sea me gustó, estaba buena, estaba al punto, o sea, para mí estaba bien, no cambiaría nada, solo la masa y o sea la no este el grosor de la masa y nada más.

Orador 3

O sea, como dice ella, porque, al fin y al cabo, yo nunca imaginé que se podría hacer una pizza. Este de garbanzo no sabía entonces al probarla. O sea, no me lo que noto es que tiene el sabor de la pizza normal, la la lo que viene siendo la masa. La masa no se siente que es de garbanzo, como ya lo mencionaron entonces, eso hace que sea muy gustosa porque, o sea, es como que estuviéramos comiendo. Estamos muy orgullosos.

Orador 2

Yo creo que también que ya cuando la pruebas y la dibujes y hieres no es muy pesada para el estómago, o sea, no siento que me he comido una pizza, pero me como una pizza. Entonces sí está bueno y a mí que no me. El garbanzo está bueno nada más.

Orador 1

Bueno, yo les agradezco mucho por su tiempo tan valioso que nos. Brindado gracias.