

# PROPUESTA DE VALOR



# Contenido

Introducción .....	3
Necesidades y problemáticas identificadas.....	3
1. <b>Falta de espacios verdaderamente pet-friendly .....</b>	3
2. <b>Postres y snacks poco saludables para mascotas .....</b>	3
3. <b>Falta de inclusión para personas con intolerancias o alergias ....</b>	3
Propuesta de valor.....	4
Análisis del entorno.....	4
DAFO Y CAME .....	7
<b>Tabla DAFO.....</b>	8
<b>Tabla CAME.....</b>	8
¿Qué proponemos? .....	9
Beneficios para el cliente .....	9
Diferenciadores clave .....	10
Mensaje central .....	11



# Introducción

Todo empieza desde un gesto cotidiano: una mirada, una compañía constante, una lealtad que no pide nada a cambio. Entonces surgió una pregunta que lo cambió todo: **¿Cómo cuidar de verdad a quien nos ama de forma incondicional?**

De esa pregunta nace el concepto de **EcoDulzura**, no como un simple negocio sino como una forma de honrar ese vínculo profundo entre las personas y sus mascotas. Ellos están en nuestros mejores días y en los más difíciles, y merecen algo más que premios genéricos o espacios donde solo “se les permite” estar.

Por eso decidimos crear un lugar donde compartir sea real. Un espacio pensado desde el respeto, la inclusión y el cuidado consciente.

## Necesidades y problemáticas identificadas

Tras un análisis breve de las problemáticas más comunes, hemos visto que:

### 1. Falta de espacios verdaderamente pet-friendly

Existen muchos lugares que dicen ser “pet-friendly”, pero no están pensados para el bienestar real de la mascota: sin productos aptos, sin zonas cómodas ni atención consciente.

### 2. Postres y snacks poco saludables para mascotas

La mayoría de los premios comerciales contienen azúcares, conservantes o ingredientes dañinos, lo que pone en riesgo la salud de las mascotas, especialmente a largo plazo.

### 3. Falta de inclusión para personas con intolerancias o alergias

Las personas con intolerancias alimentarias tienen verse excluidas del consumo de postres, limitando **su experiencia social y emocional** en espacios gastronómicos.

Es por ello que en **EcoDulzura** integramos a todos en la experiencia.



## Propuesta de valor

Nuestra propuesta de valor parte de una idea que suena simple, pero es poderosa: **aquella conexión que existe entre una persona y su mascota**, una relación que merece espacios, productos y experiencias aptos para ambos.

Entendemos que no todos somos iguales, es por ello por lo que desarrollamos postres y alimentos para aquellos que tienen intolerancias, alergias o necesidades especiales, demostrando que cuidar no es limitar, sino adaptar con amor y conocimiento.

Nuestra cocina une emoción y responsabilidad. Cada receta está diseñada para consentir sin culpa y celebrar sin riesgo.

## Análisis del entorno

El análisis nos permite identificar los factores del entorno que nos influyen directa o indirectamente en el proyecto. A continuación, se presentan las principales **oportunidades y amenazas** derivadas **del contexto social, de mercado y competitivo**.

Factor	Descripción	Impacto en el proyecto
Tendencia social: humanización de mascotas	Las mascotas, cada vez más, son consideradas como miembros de la familia y suelen participar en muchas actividades cotidianas	Esto es una oportunidad para crear <b>experiencia compartidas y reforzar el vínculo emocional</b>



Tendencia de consumo saludable	<p>La preocupación por la alimentación consciente y el bienestar ha incrementado considerablemente. En España aumentó un 29,2% el gasto en alimentos saludables, impulsando así la demanda de productos beneficiosos para la salud</p>	<p>Favorecemos la aceptación de postres saludables tanto para <b>personas</b>, ya sea por su estilo de vida saludable o por sus necesidades alimentarias, como para <b>mascotas</b></p>
Inclusión y diversidad alimentaria	<p>Existe un aumento significativo de personas que sufren intolerancias y alergias, especialmente alimentarias, esto afectando más a niños y jóvenes, está impulsado por diversos factores ambientales, cambios dietéticos (procesados, aditivos), exceso de higiene y predisposición genética. Según, para 2050, una de cada 4 personas podría tener alergias a alimentos comunes como el huevo, leche, pescado, frutos secos, frutas y mariscos ya que son alérgenos frecuentes y genera anafilaxia.</p>	<p>EcoDulzura se presenta como una oportunidad de diferenciación mediante productos verdaderamente inclusivos</p>



Experiencia vs. Productos	<p>El consumidor siempre <b>valorará más las experiencias que tengan un significado</b></p>	Refuerza el modelo de cafetería pet-friendly como una vivencia emocional
Competencia indirecta	Reposterías tradicionales, cafeterías y tiendas de mascotas	Amenaza por precios, posicionamiento y hábitos ya establecidos
Regulaciones sanitarias	<p>En España, las normativas vigentes en 2026 sobre higiene alimentaria y protección animal regulan el acceso de mascotas a establecimientos de la siguiente manera:</p> <p>Según el <a href="#">Real Decreto 1021/2022</a> y la <a href="#">Ley 7/2023 de Bienestar Animal</a>, se permite la entrada de animales de compañía siempre que el dueño del local lo autorice</p> <p>Bajo ninguna circunstancia los</p>	<p>El impacto operativo es la separación estricta de las áreas. La <b>zona de venta</b> utilizará vitrinas cerradas y campanas de cristal para evitar partículas en suspensión (pelo o epitelios) entre en contacto con el producto</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La zona de producción estará físicamente aislada del paso de animales</li> <li>▪ Se dispondrá de una zona específica señalizada para los clientes sin mascotas para</li> </ul>



	<p>animales podrán acceder a zonas de <b>preparación, manipulación o almacenamiento de alimentos</b> (como cocinas) por razones de seguridad alimentaria.</p>	<p>que también se sientan cómodos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ El personal hace una desinfección de las superficies con productos autorizados para uso alimentario antes de que otro cliente la use</li> <li>▪ El personal no acariciará a los animales durante su servicio por protocolo de seguridad alimentaria</li> </ul>
Sensibilidad al precio	<p>Parte del mercado prioriza el precio por sobre el valor</p>	<p>Esto limita el alcance a ciertos segmentos</p>

El entorno es mayoritariamente favorable para el desarrollo del proyecto, gracias a las tendencias sociales y de consumo alineadas con la propuesta de valor. No obstante, será clave gestionar correctamente la normativa y comunicar con claridad el valor que nos hace diferentes para enfrentar a la competencia y la sensibilidad al precio.

## DAFO Y CAME

Identificaremos los recursos, capacidades y limitaciones propias de nuestro proyecto.



## Tabla DAFO

	Positivo	Negativo
<b>Interno</b>	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
	Propuesta de valor diferenciada	Recursos económicos limitados
	Experiencia emocional y compartida	Producción artesanal de baja escala
	Inclusión de mascotas y personas con intolerancias	Necesidad de formación técnica continua
	Valores claros y coherentes	Dependencia inicial de un nicho específico

	Positivo	Negativo
<b>Externo</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
	Tendencia creciente pet-friendly	Competencia indirecta consolidada
	Aumento del consumo saludable	Sensibilidad al precio en algunos clientes

## Tabla CAME

Estrategias concretas de actuación:

Estrategia	Acción
<b>Corregir debilidades</b>	Buscar formación en nutrición animal y seguridad alimentaria, optimizar costes y planificar el crecimiento progresivo
<b>Afrontar amenazas</b>	Cumplir estrictamente la normativa, comunicar claramente el valor añadido y diferenciarse por experiencia y cuidado
<b>Mantener fortalezas</b>	Preservar la propuesta emocional, la calidad artesanal y la inclusión como ejes centrales
<b>Explorar oportunidades</b>	Posicionarse como referente pet-friendly saludable, crear comunidad y aprovechar tendencias de consumo consistente

Este análisis muestra que el proyecto cuenta con una base sólida, diferenciada y alineada con las tendenciales del mercado. Aunque existen limitaciones propias de una fase inicial, estas pueden gestionarse mediante planificación,



formación y crecimiento progresivo, permitiendo construir una marca sostenible y con un alto valor emocional a largo plazo.

## ¿Qué proponemos?

<b>Experiencia compartida</b>	Espacios y productos diseñados para que dueños y mascotas puedan disfrutar juntos de postres y snacks, sin restricciones ni exclusión.
<b>Salud y seguridad</b>	Productos elaborados con ingredientes totalmente naturales, libre de químicos, conservantes y aditivos nocivos para la salud, aptos para humanos con intolerancias y mascotas.
<b>Inclusión</b>	Opciones adaptadas para personas con alergias o necesidades dietéticas especiales, asegurando que todos puedan participar de la experiencia.
<b>Valor emocional</b>	Cada producto comunica amor, cuidado y presencia, para reforzar ese lazo emocional entre humano-animal.
<b>Ética y artesanía</b>	Elaboración consciente con un enfoque en salud, transparencia, responsabilidad y amor por los animales y gastronomía.

## Beneficios para el cliente

Aportamos beneficios claros: una mayor cercanía y momentos de celebración. A nivel funcional, ofrecemos productos seguros, nutritivos y adaptados. A nivel experiencial facilitamos el disfrute de postres y más sin excluir a nadie de ese ambiente cálido y acogedor.





## Diferenciadores clave

Nos diferenciamos mediante un modelo de repostería inclusiva. En nuestro rincón dulce nuestras mascotas forman parte de la celebración, con cada receta pensada para derribar barreras. Desarrollamos fórmulas seguras y adaptadas que satisfacen simultáneamente los requisitos nutricionales de mascotas y las restricciones dietéticas humanas (alergias, intolerancias), todo ello dentro de un entorno operativo regido por principios de sostenibilidad y ética empresarial.



## Mensaje central

“Amar también es cuidar”. Cada producto y experiencia refleja amor, salud y atención consciente.

