



## V. DEFINICIÓN DE LA IDEA DE PROYECTO

### V.1 Misión

***Mejorar la alimentación de nuestros clientes, a través de platos de la cocina mediterránea producidos con materias primas ecológicas, mediante la combinación de técnicas innovadoras y tradicionales que les proporcionen satisfacción física y mental.***

Se está hablando, de una oferta de productos, elaborados en unas instalaciones de alta calidad y con un personal cualificado, dirigidos a un cada vez mayor segmento de mercado que se caracteriza porque encuentra en estos alimentos una mejora de su dieta que aumenta su calidad de vida y bienestar general mediante el consumo de comida 100% natural, libre de sustancias químicas artificiales y producida de forma respetuosa con el medio ambiente.

La empresa provee de una amplia gama de platos elaborados y crea las condiciones para que los clientes que compran sus productos aprovechen mejor sus horas de descanso al mismo tiempo que cuidan su alimentación. Se promocionará también la dieta mediterránea, científicamente probada como muy sana. Todos estos productos serán realizados y supervisados por personal cualificado.

### V.2 Visión

*Ser marca de referencia en la elaboración de platos preparados ecológicos en todos los mercados donde esté presente.*

Se quiere ser una empresa vanguardista en la incorporación de nuevos platos relativos a la alimentación ecológica, y utilización de técnicas de producción que cumplen el sistema HACCP, sistema de evaluación integral de los riesgos y la identificación de puntos en la producción de alimentos donde la pérdida de control puede dar origen al desarrollo de un riesgo.

### V.3 Clientes

Nuestros clientes son aquellas habitantes de los países objeto de estudio que, preocupados por la alimentación y el medio ambiente, necesiten de una alternativa a los platos preparados producidos de manera industrial. Así nuestro público, en principio, son todos los segmentos de la población con este tipo de necesidades, aquellos que necesiten alimentarse bien. Concretamente, nos dirigiremos a un público comprendido en segmentos de edad entre los 30 y 65 años, con una renta media, media/alta. Esta segmentación se debe a que en estas edades hay un mayor nivel de demanda de estos servicios, debiendo tener al menos un nivel económico medio para plantearse el pago de este tipo de productos.

### V.4 Ámbito geográfico

Las tres mayores economías mundiales así como Noruega, país de elevado nivel de vida y extrema preocupación ecológica. Estos países han sido también escogidos con la vista puesta en la expansión a otros países de similares características.

### V.5 Ventajas Competitivas

Las principales ventajas competitivas del negocio son:

- Innovación del producto.



- Buena posición en el mercado nacional.
- Calidad de las instalaciones para la elaboración del producto.
- Fase de lanzamiento del producto, en su ciclo de vida.