



GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO FIN DE GRADO

**EMPRENDER EN EL SECTOR SIN GLUTEN: FACTORES A TENER EN
CUENTA PARA LA APERTURA DE UN ESTABLECIMIENTO LIBRE DE
GLUTEN**

CURSO ACADÉMICO 2021/2022

Alumno: Francisco Rubén Gómez Nadal

Tutora: Noelia Rodríguez Hernández

Elche, junio 2022

RESUMEN

Esta idea surge debido a que hace poco más de 3 años me diagnosticaron enfermedad celiaca y desde ese momento mi vida cambió para siempre. Creo que solamente desde este lado se es consciente de las dificultades que sufrimos las personas con esta enfermedad en nuestro día a día. Por ello, creo que es muy importante el conocimiento de esta enfermedad por parte de la población y que cambien determinadas conductas y procesos, sobre todo en hostelería.

El único sitio dónde un celiaco puede estar seguro de poder comer de todo es en un establecimiento 100% libre de gluten y esto, muy a nuestro pesar, es casi imposible a día de hoy. Solamente en las grandes ciudades es posible encontrar estos establecimientos. Es cierto que cada vez hay más establecimientos que adaptan sus cartas o muchos de sus productos para que los celiacos podamos acudir a sus locales.

También es importante que, al no existir muchos obradores sin gluten, la mayoría de celiacos tenemos que adquirir productos ultra procesados y esto también influye en nuestra dieta. Otra opción es comprar distintos tipos de harina y elaborar los productos en casa. Es muy difícil encontrar obradores por nuestra zona a dónde poder acudir a diario a comprar el pan, bollería recién hecha, dulce, salado, etc.

Además, el sector sin gluten se encuentra en continuo crecimiento. Actualmente los productos libres de gluten están siendo consumidos tanto por personas celiacas como por personas que no quieren consumir gluten en su dieta. Aquí, podemos observar una oportunidad de mercado ya que es posible llegar a más personas que solamente a las personas con enfermedad celiaca.

Por todo ello, aun sabiendo las dificultades que surgen a la hora de poner en marcha un local de este tipo, y después de haber analizado la enfermedad celiaca y el sector de productos sin gluten, uno de los objetivos de este trabajo es el diseño de los factores a tener en cuenta para la puesta en marcha de un establecimiento 100% libre de gluten.

La estrategia consistirá en analizar a la competencia tanto en nuestra ciudad como en las ciudades cercanas y ver en qué podemos mejorar a estos establecimientos o tomarles como ejemplo de las cosas que realizan bien. Analizaremos el entorno demográfico, realizando encuestas entre diversas personas celiacas que conozco y otras personas que

no lo son. Utilizaremos el modelo de Porter para analizar el sector y también el DAFO para conocer las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que nos depara este sector.

El modelo de negocio está basado en la calidad de los productos, panadería tradicional, productos dulces y salados de los que poder disfrutar tanto para consumo en el propio local como para llevar.

El porqué de elegir este tipo de establecimiento se debe a que resulta interesante el crecimiento de casos diagnosticados y del crecimiento del consumo de productos sin gluten por determinadas personas no celiacas. La idea en la que se apoyan los factores que vamos a analizar para la apertura de un local libre de gluten es ofrecer productos sin gluten al máximo número de personas celiacas mejorando su dieta y también proporcionando este tipo de alimentación a las personas que lo deseen. Por todo esto, confío en esta idea de negocio viendo el buen éxito que tienen este tipo de establecimientos en otras localidades.

El reto que se presenta en el análisis de factores a tener en cuenta para la puesta en funcionamiento de este tipo de negocio, por tanto, está en dar las pautas necesarias para que se pueda materializar esta idea de negocio en un nuevo local que llegue a un público que todavía no tiene acceso, al menos cercano, a este tipo de establecimientos.

ÍNDICE

RESUMEN	2
1. INTRODUCCIÓN	5
2. JUSTIFICACIÓN.....	5
3. OBJETIVOS.....	6
4. METODOLOGÍA	6
5. MARCO TEÓRICO	8
5.1 Concepto de celiacía y clasificación de enfermedades celiacas	8
5.2 La celiacía en España.....	12
5.3 Tendencias alimenticias	13
5.4 Tipos de negocio sin gluten	14
5.5 El sector sin gluten en España	19
5.6 Análisis del entorno general (Análisis PEST)	22
5.7 Análisis de las fuerzas competitivas del entorno (siguiendo modelo Michael Porter, las 5 fuerzas).	27
5.8 Análisis DAFO Sector Sin Gluten	30
5.9 Encuesta	32
6. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA	42
7. ANÁLISIS DE CASOS DE ÉXITO	43
8. FACTORES CLAVE PARA LA PUESTA EN MARCHA DE UN NEGOCIO FÍSICO EN EL SECTOR DEL GLUTEN	45
9. CONCLUSIONES	48
10. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA	50
11. ANEXO	53

1. INTRODUCCIÓN

El mercado de productos sin gluten es un mercado al alza en la actualidad. Cada vez más personas son diagnosticadas con enfermedad celiaca y otras que no lo son creen que los productos sin gluten son más beneficiosos para el organismo. Todo esto, ha llevado a la creación de varias empresas especializadas en la elaboración y/o comercialización de estos productos. Es un mercado nuevo que mucha gente desconoce, pero con la formación necesaria y los medios adecuados es un mercado de presente y futuro.

Existen varias barreras para la entrada en este sector, más si cabe con la crisis sanitaria que hemos vivido estos últimos años y que también se ha traducido en una crisis económica mundial. Pero, ante todo, es un mercado que ayuda a determinada población a poder consumir ciertos productos que no puede consumir debido a su enfermedad. Surgen empresas que, además de buscar un beneficio para su correcto funcionamiento, ayudan a los consumidores de estos productos a tener una vida mejor.

En este trabajo vamos a identificar los diferentes tipos de negocio sin gluten que hay en la actualidad y trataremos de encontrar los factores clave para la apertura de un negocio libre de gluten. Además, también puede servir para que futuros emprendedores conozcan las oportunidades que ofrece este sector y se embarquen en la apertura de un negocio de este tipo.

2. JUSTIFICACIÓN

Estar al tanto de los factores a tener en cuenta a la hora de la apertura de un negocio libre de gluten. Efectuar un estudio sobre el sector y conocer las oportunidades y amenazas que podemos encontrar dentro de este tipo de organizaciones.

Elegí el sector sin gluten debido a mi enfermedad celiaca y porque considero que es un negocio en continuo crecimiento ya que cada año aumentan los diagnósticos de enfermedad celiaca en la población. Además, la creencia de que el gluten es malo para nuestro organismo seamos o no celíacos aumentará la demanda de estos productos.

En nuestra zona disponemos de menos de 10 establecimientos dentro de toda la provincia que se especialicen en el sector sin gluten. Por ello, creo que sería bueno determinar los factores clave para la apertura de un local de este tipo en nuestra zona.

3. OBJETIVOS

Los principales objetivos de nuestro estudio son:

- Conocer el sector de productos sin gluten
- Determinar cuáles son los factores a tener en cuenta a la hora de poner en marcha un comercio sin gluten.
- Concienciar a la población de la importancia de este tipo de establecimientos.
- Investigar qué oportunidades podemos encontrar dentro de este sector.
- Determinar quiénes son las personas que consumen este tipo de productos.
- Saber cuáles son las preferencias de los consumidores de productos sin gluten.

Con todo ello, podemos guiar a un emprendedor durante la apertura de un negocio de este tipo.

4. METODOLOGÍA

Para la recogida de información para este TFG he utilizado tres técnicas como son la documentación, la observación y la encuesta.

- Trabajo de campo (método cualitativo): consiste en poner el foco en los negocios existentes del sector sin gluten para ver el funcionamiento de los mismos. Tenemos que intentar descubrir porqué un cliente entra en este tipo de establecimiento y qué adquiere. Antes de poner en marcha un nuevo establecimiento podemos acudir a la competencia como clientes para ver la manera en qué trabajan, incluso para tratar de obtener información del local como distribución, número de empleados, horario, etc. Este trabajo de campo lo vamos a llevar a cabo en los establecimientos más importantes de productos sin gluten de nuestro país, sobre todo centrándonos en los que podamos encontrar en nuestra zona. También podemos realizar este trabajo de campo a través de internet si el objetivo es la creación de un negocio online de productos sin gluten. Para todo ello, los comercios que vamos a visitar para la obtención de datos son:

- Panadería JM sin gluten en Alicante.
 - Vegan Bombon sin gluten en Alicante.
 - Ala Bin Bon Pan gluten free panadería y pastelería sin gluten en Alicante.
 - El Pa del Cel en Elche.
 - Coffee and Toffee en Torrevieja.
 - Celicioso en Madrid.
 - 0% Gluten en Madrid.
 - Leon The Baker en Madrid.
 - Russafa Sin Gluten es un comercio online.
- Encuesta (método cuantitativo)

El método de recogida de información elegido va a ser un cuestionario y se va a realizar a través de la web de encuestas <https://www.onlineencuesta.com/>. Las principales características de la encuesta realizada son:

Ficha técnica de la encuesta:

- Naturaleza metodológica: cuantitativa.
- Técnica usada: CAWI (Computer Assisted Web).
- Público objetivo: cualquier consumidor potencial.
- Tamaño de la muestra: 120.
- Procedimiento de muestreo: muestreo aleatorio simple.

El número de encuestas realizadas ha sido de 120 distribuidas por edad y sexo, no es una muestra que sea representativa, pero seguiremos el estudio con estos datos. Todas las encuestas han sido realizadas a personas de más de 18 años residentes en España. Esto es debido a que existe una limitación para la realización de encuestas online.

Todo ello lo hemos realizado para conocer cuál puede ser el tipo de negocio idóneo y centrarnos en las opiniones de los encuestados para obtener un mejor rendimiento.

- Documentación y fuentes secundarias:

Recopilación de información a través de la web, artículos, libros, etc. para el correcto desarrollo de la investigación.

5. MARCO TEÓRICO

5.1 Concepto de celiacía y clasificación de enfermedades celiacas

La enfermedad celiaca según FACE (Federación de Asociaciones de Celiacos de España) la podemos definir como: “una patología multisistémica con base autoinmune provocada por el gluten y prolaminas relacionadas, en individuos genéticamente susceptibles, y se caracteriza por la presencia de una combinación variable de manifestaciones clínicas dependientes del gluten, anticuerpos específicos de EC, haplotipos HLA DQ2 o DQ8 y enteropatía. Esta definición fue actualizada por la ESPGHAN, Sociedad Europea de Gastroenterología Pediátrica, Hepatología y Nutrición en 2012.”

Suele ser una enfermedad más común en mujeres que en hombres, por cada hombre que tiene la enfermedad diagnosticada encontramos dos mujeres con la enfermedad. Existe alrededor del 1% de celiacos diagnosticados en Europa, aunque es una suma que se encuentra en crecimiento. En los siguientes puntos analizaremos el caso de España más concretamente.

Cómo observábamos previamente en la definición de enfermedad celiaca, es una patología multisistémica que puede afectar a más organismos de nuestro cuerpo más allá del aparato digestivo que es dónde producen las variaciones más sustanciales. Además, es una enfermedad autoinmune que obliga al organismo de la persona celiaca a contraatacar antes la ingesta de gluten. Esto provoca un daño en la vellosidad del intestino y puede provocar daños intestinales graves a largo plazo para las personas celiacas.

Además, los marcadores HLA DQ2 y DQ8 son los marcadores que indican la existencia de la predisposición genética que aumenta la probabilidad de padecer la enfermedad. Esto no quiere decir que presentar una genética compatible desencadene en desarrollar la patología en un momento de nuestra vida. Sirve para prevenir a las personas que lo pueden ser y realizar un estudio periódico para comprobar si se ha desarrollado o no la enfermedad.

Antes de continuar analizando la enfermedad celiaca vamos a definir que es el gluten y dónde podemos encontrarlo.

El gluten es una proteína que la podemos encontrar en la semilla de muchos cereales cómo pueden ser la cebada, el trigo, el centeno, la espelta y algunas variedades de avena. El gluten es el responsable de que las masas de harina tengan elasticidad y le confiere a los panes la consistencia y esponjosidad deseada. Su mayor valor en la alimentación es su poder espesante.

¿Cómo se diagnostica la enfermedad celiaca y cuáles son sus síntomas?

La enfermedad celiaca se diagnostica mediante un examen clínico cuidadoso y una analítica de sangre que incluya los marcadores serológicos de enfermedad celiaca como son los anticuerpos anti gliadina, anti endomisio y anti transglutaminasa tisular. Pero para efectuar la confirmación más segura del diagnóstico es imprescindible realizar una biopsia intestinal. Para la realización de esta prueba el paciente debe ingerir gluten como hacía previamente y se le practica mediante una gastroscopia o colonoscopia la extracción de una muestra de tejido del intestino delgado para comprobar si hubiese daño o no.

Los principales síntomas que presentan las personas con enfermedad celiaca son: pérdida de peso, pérdida de apetito, fatiga, náuseas, vómitos, diarrea, distensión abdominal, pérdida de masa muscular, retraso del crecimiento, alteraciones del carácter (irritabilidad, apatía, introversión, tristeza), dolores abdominales, meteorismo, anemia por déficit de hierro resistentes a tratamiento.

ENFERMEDAD CELIACA

TRATAMIENTO

**DIETA SIN GLUTEN
ESTRICTA DE POR VIDA**



DIAGNÓSTICO



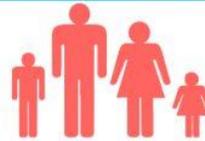
Es la obtención de una muestra de la mucosa del intestino delgado a través de biopsia peroral (a través de la boca) para comprobar si existe atrofia de las vellosidades intestinales causada por la ingesta de gluten.

SÍNTOMAS

- Pérdida de peso
- Pérdida de apetito
- Fatiga
- Náuseas y vómitos
- Diarrea
- Distensión abdominal
- Meteorismo
- Anemia
- Pérdida de masa muscular
- Retraso del crecimiento
- Alteraciones del carácter (irritabilidad, apatía, tristeza)
- Dolores abdominales
- Sin síntomas

**AUNQUE NO HAYA SÍNTOMAS
SIEMPRE EXISTE DAÑO INTESTINAL**

PREVALENCIA DE LA ENFERMEDAD



La prevalencia estimada en los europeos y sus descendientes es del 1% siendo más frecuente en las mujeres en una proporción 2:1.

RETIRAR DE LA DIETA



- TRIGO
- CENTENO
- TRITICALE
- CEBADA
- ESPELTA
- AVENA*

*Existen variedades de avena consideradas sin gluten que se pueden consumir si están libres de contaminación y certificadas.

celiacos.org

Fuente: celiacos.org (FACE)

Conseguimos clasificar las enfermedades celiacas como los diferentes tipos de patologías que puede generar el gluten

Tipos de patologías que puede generar el gluten:

- Enfermedad celiaca: enfermedad sistemática con base autoinmune provocada por el gluten y prolaminas relacionadas en individuos genéticamente predispuestos. La aparición de los síntomas puede tardar de horas a años una vez consumido gluten. Se puede realizar una prueba genética para confirmar que tienes o que puedes desarrollar la enfermedad. La enfermedad celiaca siempre conlleva asociado un daño intestinal. Los síntomas más recurrentes son diarreas, dolor de cabeza, gases, hinchazón, etc.

aunque hay personas que no muestran ningún tipo de síntoma. La enfermedad celiaca puede derivar en complicaciones a largo plazo tales como daño intestinal, cansancio, dermatitis herpetiforme, etc.

Dentro de la enfermedad celiaca encontramos diferentes tipos como pueden ser:

- Sintomática: aunque existan diversos síntomas, todos los pacientes mostrarán una serología, histología y test genéticos compatibles con la enfermedad celiaca.
- Subclínica: es el caso dónde no existen ni signos ni síntomas. Sí que serán positivas el resto de las pruebas de diagnóstico de la enfermedad celiaca.
- Latente: son los pacientes que aun consumiendo gluten en un momento dado no manifiestan síntomas y la mucosa intestinal es normal. Existen dos variantes:
 1. Tipo A: los casos de los pacientes que fueron diagnosticados en la infancia de enfermedad celiaca y se recuperaron por completo después de comenzar con la dieta sin gluten. Estos pacientes permanecen con dieta normal es estado subclínico.
 2. Tipo B: Aquí se puede apreciar que los pacientes tienen una mucosa intestinal normal mediante un estudio previo, pero en un futuro desarrollarán la enfermedad.
- Potencial: estas personas nunca han presentado una biopsia compatible con la enfermedad celiaca, pero poseen una predisposición genética determinada por la positividad del HLA-DQ2/DQ8. El estudio de la serología puede ser negativo, pero presentan un aumento en el número de linfocitos intraepiteliales. La probabilidad media de desarrollar una enfermedad celiaca activa es del 13% y una enfermedad celiaca latente del 50%.
- Sensibilidad al gluten no celiaca: es una patología que se caracteriza por síntomas intestinales en individuos que no presentan enfermedad celiaca ni alergia al trigo. Aquí no interviene el sistema inmunitario. En la sensibilidad al gluten no celiaca el tiempo de aparición de síntomas al haber consumido gluten va de horas a días. No se puede realizar ninguna prueba genética para determinar si el individuo sufrirá o no dicha enfermedad en el futuro. Puede provocar en ocasiones daños como linfocitos epiteliales elevados. Los síntomas son los mismos que la enfermedad celiaca. A largo plazo se desconocen las complicaciones que pueden surgir de seguir consumiendo gluten, pero no tiene enfermedades asociadas.

- **Alergia al trigo:** reactividad alterada por una sustancia que se consume, toca o inhala. La respuesta la provoca el sistema inmunitario. Puede provocar una reacción inmediata en pocas horas o una reacción tardía de varias horas o incluso días después de haber ingerido el trigo. Los síntomas de esta alergia son anafilaxia, picor nasal, vómitos, etc. No tiene enfermedades asociadas a largo plazo.

5.2 La celiacía en España

En España un 1,5% de la población es celiaca y estos datos aumentan en un 15% cada año. Cabe destacar que al tratarse de una enfermedad silenciosa se calcula que el 75% de los celíacos nacionales no saben que lo son. Por ello, cabe informar sobre todo a los médicos de familia que suelen ser el primer filtro de las personas celíacas de esta enfermedad y de las pruebas a realizar para diagnosticar cuanto antes la enfermedad.

La enfermedad puede manifestarse a cualquier edad, aunque los adultos son los más propensos. El 20% de los diagnosticados son personas de más de 60 años.

Anteriormente, mencionábamos que la población celiaca en España es del 1.5% pero hay un curioso caso en el municipio de Cangas del Narcea en Asturias. En este municipio se duplica la tasa de celíacos en España, su tasa de celíacos es del 3%. Por ello, hace ya algunos años los propios miembros del municipio, hosteleros y políticos unieron sus fuerzas para hacer de este pueblo asturiano un destino para celíacos. Cuentan con más de 50 comercios acreditados donde degustar comida sin gluten. Los establecimientos que se pueden encontrar van desde panadería, una empresa de embutidos, bares, cafeterías, alojamientos de turismo rural y hasta centros comerciales.

Según datos del municipio entre la Semana Santa del 2018 y la de 2019, su turismo creció un 54% todo ello por personas que iban a conocer su oferta sin gluten. El ayuntamiento ayuda a las empresas en la formación de sus equipos para que conozcan perfectamente cómo elaborar platos sin gluten. Han conseguido que los restaurantes dispongan de dos cartas: una con gluten y otra sin gluten.

Por último, en este apartado no podemos dejar de mencionar a FACE (la federación de asociaciones de celíacos en España). Esta federación nació en el año 1994 y actualmente cuenta con 15 asociaciones de celíacos y 2 federaciones a lo largo de todo el territorio nacional que integran en su totalidad a más de 21.000 familias asociadas.

El objetivo fundamental de FACE, cómo podemos encontrar en su página web, es “coordinar el esfuerzo y la labor realizada por sus asociaciones miembros para defender sus derechos, con vistas a la unidad de acción y para un mejor logro de los fines comunes. Trabaja para mejorar la calidad de vida de las personas celiacas y conseguir su integración social. Realiza esta labor a través del apoyo directo a las personas celiacas y sus familiares realizando campañas de difusión y concienciación, investigación y seguridad alimentaria”.

FACE muestra apoyo y asesora a celiacos personas celiacas recién diagnosticados y familiares a través de sus asociaciones miembros, también forma a establecimientos como restaurantes sobre la manera de elaborar menús sin gluten. Además, controlan todas las cocinas de dichos establecimientos para comprobar los productos que utilizan y a los establecimientos que cumplen con la normativa les da el visto bueno con un distintivo en la puerta del local. Esto contribuye a que las personas celiacas se sientan seguras al entrar a algún restaurante con este distintivo.

También ofrece materiales de ayuda a celiacos como recetas, qué productos puede consumir una persona celiaca, etc. También lanzó el Manual de la enfermedad celiaca y a través de sus redes sociales comparten noticias relacionadas con la enfermedad e información de la misma. Hace poco, cabe destacar, que lanzó la app FACEMOVIL para simplificar el proceso y que la población celiaca tenga acceso a los contenidos de forma más rápida.

Tanto FACE como sus asociaciones miembros se financian, casi en exclusiva, de las cuotas que abonan sus socios. Siendo estos quienes costean los servicios que se ofrecen. Gracias a su perseverancia y su buen hacer, FACE y sus asociaciones pueden continuar trabajando y ayudando la población celiaca en su día a día y concienciar al resto de la población de esta enfermedad.

5.3 Tendencias alimenticias

En los últimos tiempos existe la creencia de que el consumo de alimentos sin gluten es bueno para la salud y ayuda a reducir el peso. Estas creencias han sido promulgadas por personajes famosos como Miley Cyrus o Victoria Beckham entre otros. La multitud de

personas que siguen a estas personas en redes sociales hace que muchas de ellas quieran imitarlas y dejen de consumir gluten en su dieta.

Esta tendencia alimenticia le otorga al comercio sin gluten un nicho de mercado nuevo, alejado del nicho de las personas celiacas. Abre un nuevo horizonte para estos comercios y aumenta significativamente su público potencial a las personas que creen que no consumir gluten es mejor para su salud.

Pero, ¿es cierto esto que afirman numerosos personajes famosos? Pues bien, según un estudio de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, a través de una investigación científica recomienda que si eres un adulto que no está diagnosticado con enfermedad celiaca no deberías de eliminar el gluten de tu dieta. Eliminar el gluten de tu dieta puede provocar problemas cardiovasculares.

Además, esta misma universidad en su estudio nos dice que cuando se publicitan alimentos sin gluten intentan mostrar que su proceso, al usar una materia prima más costosa, finaliza con alimentos más sanos para todo tipo de consumidores. La industria sin gluten así intenta que el consumidor crea que realizar una dieta sin gluten es más beneficiosa que comer alimentos que contengan esta proteína.

Por último, la nutricionista Mónica Barreal dice que cuando ciertos alimentos con gluten son adaptados para personas celiacas y conseguir un resultado semejante, las empresas añaden mayores cantidades de grasas o añadir más hidratos de carbono para conseguir un resultado semejante. El objetivo es conseguir una textura y sabor muy parecido al producto con gluten.

5.4 Tipos de negocio sin gluten

Podemos encontrar tres tipos de establecimientos sin gluten actualmente en nuestro país, franquicias, locales propios y empresas de venta online. Mientras que los dos primeros negocios se caracterizan por poder comercializar productos frescos en sus establecimientos, el tercero solamente vende productos empaquetados de marcas reconocidas en el sector sin gluten.

La franquicia

En primer lugar, vamos a definir qué es una franquicia. Para la RAE, en su primera acepción, una franquicia es: “Exención que se concede a alguien para no pagar derechos por las mercaderías que introduce o extrae, por el aprovechamiento de algún servicio público”.

En su segunda acepción la define como: “Concesión de derechos de explotación de un producto, actividad o nombre comercial, otorgada por una empresa a una o varias personas en una zona determinada.”

En resumen, una franquicia es una relación comercial entre franquiciado y franquiciador en la que este último cede el derecho de explotar una marca o una manera de trabajar a otra empresa. Todo ello a cambio de una contribución económica y en un tiempo y lugar determinados.

Existen una serie de ventajas y desventajas para el franquiciado a la hora de abrir una franquicia. Las ventajas serían:

- Permite la creación de negocios más rápidamente que montar un negocio por tu cuenta. Asumes menos riesgos ya que te aprovechas del know-how del franquiciador, que es quien te va guiando en todo el proceso de apertura del nuevo local. Puedes contar con más posibilidades de éxito al formar parte de una marca conocida que sabe cómo desenvolverse en el sector.
- El franquiciador cede al franquiciado el nombre de la empresa para que pueda utilizarlo en su establecimiento. Le facilita la distribución del local, uniforme de los empleados, formación para los mismos, etc.
- El franquiciador evita los riesgos de la financiación, realizar publicidad del local con un nuevo nombre, entrar en el mercado. Todo ello viene dado por el franquiciador y facilita bastante la puesta en funcionamiento y el dar a conocer el local.

A continuación, veremos las desventajas que supondría abrir un local como franquiciado:

- Para la puesta en marcha de la franquicia se tendrá que hacer una inversión importante y el franquiciado sabe perfectamente que no posee el control total de la marca y que no tiene independencia para realizar cambios en su negocio.

- Dentro de esta inversión inicial, el franquiciado deberá de abonar un canon de entrada para poder adherirse a la red de franquicias. El importe del canon será diferente en función de diversos aspectos como el prestigio de la marca, cuánto tiempo lleva funcionando en un determinado lugar, qué porcentaje de rentabilidad ofrece dicha marca, etc.
- Para la apertura del local el franquiciador pondrá condiciones tales como los metros mínimos que el local ha de tener para la puesta en funcionamiento. También menciona si el lugar escogido por el franquiciado es bueno o tiene que buscar otra localización para alcanzar los objetivos de la marca.
- Por último, el franquiciado deberá de pagar un royalty: consiste en un pago, del franquiciado al franquiciador por los servicios prestados desde la central de la franquicia y los servicios que esta le preste. Normalmente se calcula sobre el beneficio bruto obtenido por la explotación del negocio.

Apertura local propio

La apertura de un local propio es muy diferente a montar una franquicia. En esta modalidad de apertura de negocio el empresario es quien se encarga de realizar un estudio de mercado, buscar financiación, local, proveedores, etc. Además, al ser una nueva marca es el encargado de realizar la publicidad adecuada y acertada para que acudan clientes al establecimiento.

Este tipo de negocio también tiene sus ventajas e inconvenientes. Vamos a comenzar con las ventajas de abrir un local de este tipo:

- La principal ventaja es que eres el dueño del negocio y puedes hacer y deshacer a tu antojo. Puedes elegir la localización del establecimiento, el tamaño, distribución, uniforme de los empleados, etc.
- Puedes reunirte con varios proveedores y escoger los más adecuados para el negocio.
- Puedes crear campañas de marketing y publicidad para dar a conocer el local por diferentes medios.
- Si el negocio funciona bien todos los beneficios serán para ti.
- Puedes crear un negocio único y así diferenciarte de la competencia.

Ahora vamos a ver las desventajas que tendría la apertura de un local propio:

- Todo lo que mencionábamos en el primer apartado de las ventajas también pueden ser desventajas. Necesitas mucho tiempo para encontrar el local adecuado para la puesta en marcha del negocio. Además, debes reunirte con varios bancos para conocer las ofertas de financiación y elegir la más adecuada para el negocio. Una vez realizado todo esto, necesitamos reunirnos con empresas de construcción y diseño de interiores para ver qué aspecto va a tener el local. Por último, necesitamos definir el uniforme del personal del establecimiento.
- Otro factor que puede ser también negativo es la manera de atraer a clientes al local, somos un local de nueva creación y el público no nos conoce. Tenemos que definir muy claramente la estrategia de marketing y publicidad bien de forma propia o acudiendo a empresas especializadas.
- Al empezar todo desde el principio y poner todo el tiempo a disposición del negocio podemos tener un elevado grado de miedo al fracaso. Todos los comienzos son duros y hay que ser fuertes en estos momentos y seguir para no tirar la toalla.
- No tienes ninguna ayuda externa como puede ser en las franquicias la central de franquicias, las dudas que te surgen tienes que saber resolverlas de la mejor manera posible y a poder ser de la forma más rápida.

Comercios online

En la actualidad también han surgido numerosos comercios dedicados a la venta online de productos sin gluten exclusivamente. Estos comercios comercializan productos empaquetados de las marcas más conocidas del sector y mediante acuerdos con diferentes empresas de transporte envían dichos productos directamente al domicilio de los clientes. Son un mero intermediario entre la empresa que fabrica el producto y el cliente final. Cada vez tienen más popularidad ya que poseen una gran variedad de productos y marcas que son difíciles de encontrar en los diferentes supermercados e hipermercados.

Este tipo de comercios también tienen ciertas ventajas e inconvenientes cómo veremos a continuación. En primer lugar, las ventajas son:

- Al igual que en la apertura de local físico propio, eres el dueño de la empresa y puedes hacer lo que creas conveniente en cada momento.

- También tiene en común con la apertura del local físico propio que puedes elegir a tus propios proveedores y negociar directamente con ellos.
- Además, puedes elegir las campañas publicitarias que desees y lanzar las estrategias de marketing más adecuadas para tu negocio.
- Otro factor a tener en cuenta es el ahorro de tener unas instalaciones propias ya que con un simple almacén donde puedas almacenar la mercancía de las distintas marcas sería suficiente.
- No tienes que tener obrador ni fabricar ningún producto, tu empresa funciona como intermediaria que vende productos de diversas marcas sin gluten al cliente final.
- Puedes contar con innumerables productos de diferentes marcas o especializarte en determinados productos de las marcas más conocidas y llegar a cualquier punto de España en pocos días.

Ahora vamos a observar los principales inconvenientes que tendría la puesta en marcha de un negocio online:

- Necesitas mucho tiempo previo a la apertura del negocio online para elegir los proveedores, productos que vas a comercializar e incluso el formato de la página web.
- No tienes contacto con el cliente final y esto en algunos casos puede ser un inconveniente ya que el consumidor final puede no acabar de fiarse del todo de ti como intermediario y puede preferir adquirir tus productos directamente a la marca en cualquier tienda física que esté disponible.
- No dispones de ayuda externa en tu día a día, tendrás que tomar las decisiones adecuadas en cada momento para el correcto funcionamiento del negocio online.
- Tendrás que negociar con empresas de transporte para ver cuál es la que mejor se adapte a lo que buscas, teniendo en cuenta que el objetivo es cubrir todo el territorio nacional.
- Al no tener local propio los clientes potenciales lo único que juzgarán será tu página web, por lo tanto, un mal planteamiento de esta puede provocar que tu negocio no funcione de la manera deseada.

5.5 El sector sin gluten en España

En España podemos encontrar negocios de los 3 tipos vistos en el punto anterior. A continuación, voy a enumerar los más conocidos dentro del sector. Comenzaremos con la franquicia más conocida de nuestro país.

Franquicias

- 0% Gluten: esta es la mayor franquicia en cuanto a establecimientos en nuestro país. Estos, se reparten por todo el territorio nacional. Sobre todo, poseen varios establecimientos en Cataluña en localidades como Sant Cugat, Sabadell, Granollers y más localizaciones. Fuera de Cataluña podemos encontrar estos establecimientos en Madrid, Andorra y Jerez de la Frontera.

Ellos mismos se definen en su página web como “es un nuevo concepto-espacio inclusivo, basado en establecimientos libres de gluten y otros alérgenos –como el huevo, la lactosa o levaduras, con una amplia oferta gastronómica que tiene como base una gama de panes muy diversa, además de bizcochos, tartas, magdalenas, pasteles, brioches, cookies, pizzas, focaccias, ensaladas, cafés, chocolates, zumos... y un sinfín de alimentos y bebidas, todo sin gluten, ni aditivos para su conservación, pensado únicamente para el bienestar.”

Al ser locales 100% libres de gluten no existe contaminación cruzada y las personas celiacas pueden acudir sin problemas a sus establecimientos y comer de todo lo que ofrecen en su extensa carta.

Para la formación de sus franquiciados disponen de un centro de formación para franquiciados donde acuden a conocer de primera mano cómo elaborar los productos que servirán todos los días en sus establecimientos.

Los requisitos para ser franquiciado de 0% gluten son los siguientes:

1. Necesitamos una inversión total de 130.000€
2. El Canon de entrada sería de 16.000€
3. No existe canon de publicidad
4. Royalty del 4,5%

5. La duración del contrato es de 15 años.
6. El tamaño mínimo para la puesta en marcha del establecimiento es de 120 metros cuadrados.

Tenemos que tener en cuenta que todo lo anterior es debido a que este tipo de establecimientos necesitan un obrador, un estante o vitrina para exponer los productos y, además, puedes disfrutar de los productos sin gluten en el mismo establecimiento. Por tanto, es un local tanto para llevar como para tomar allí mismo.

Actualmente también tienen tienda online con envíos a todo el territorio nacional y también una tienda exprés (solamente en Madrid) dónde envían desayunos a domicilio en pocos minutos.

Apertura local propio

- Panadería JM García en Alicante: este obrador es de los primeros en España en especializarse en productos sin gluten. Su apertura fue en el año 1981 y están controlados por ACECOVA (Asociación de Celiacos de la Comunidad Valenciana).

Actualmente uno de los obradores más famosos del país gracias a su multitud de productos como varios tipos de panes, dulces, tartas por encargo para ocasiones especiales, dulces típicos de la zona, salado, etc. Además, los domingos por ejemplo puedes acudir al establecimiento a por churros sin gluten. Disponen de multitud de productos elaborados en sus vitrinas elaborados en su obrador. Son un establecimiento sin contaminación cruzada ya que en el obrador solamente se realizan productos sin gluten.

Es un establecimiento donde podemos encontrar productos sin gluten, pero elaborados tanto que parecen con gluten en el sabor.

Actualmente también trabajan la venta online y envían ciertos productos a todo el territorio nacional. Otros productos solamente están disponibles para recoger en su establecimiento de Alicante.

- Celicioso Gluten Free Bakery: cómo podemos encontrar en su página web Santi Godfrid, fundador de celicioso, tras ser diagnosticado de intolerancia al gluten decidió

fundar Celicioso para ofrecer a los celíacos un lugar en el que puedan pedir cualquier plato. En los comienzos era una pastelería libre de gluten, pero actualmente se ha convertido en un referente de restaurante saludable.

Celicioso comenzó su andadura en Madrid con un establecimiento y en la actualidad ya cuenta con cuatro establecimientos en Madrid capital más uno en Pozuelo de Alarcón. También ha logrado expandirse más allá de la capital y cuenta con un establecimiento dentro del prestigioso Hotel Puente Romano de Marbella. Además, desembarcó en Barcelona dentro del Corte Inglés de la Avenida Diagonal de la capital catalana.

Cabe destacar que son muy activos en redes sociales dónde por ejemplo cuentan con más de 75000 seguidores en Instagram. En sus publicaciones podemos ver información acerca de sus establecimientos e imágenes de los diferentes platos que sirven en sus establecimientos.

- Leon The Baker: nace en Londres en el año 2014 para “llevar a tu casa el mejor pan, que, además, es sin gluten” según comenta Juan Cardenal, fundador de Leon The Baker. En el año 2016 abrieron en Madrid su primer local en España. Utilizan las harinas de mejor calidad para realizar sus productos. En todos sus productos suprimen el gluten y la lactosa lo que les hace llegar a un público más amplio. Todo esto hace que a día de hoy sea una de las grandes empresas de distribución de productos caseros sin gluten. Sus productos se pueden encontrar, además de en sus 8 tiendas repartidas por Madrid y una en Sevilla, en El Corte Inglés, Hiperco y Supercor.

Mencionar, además, que hacen envíos a toda la península y Baleares a través de su web. A día de hoy, puede ser el obrador con más variedad de panes de España debido a la combinación de varias harinas y productos de calidad que le hacen marcar la diferencia.

Comercios online

- Russafa Sin Gluten: esta empresa con sede en Catarroja se encarga de distribuir productos envasados de las marcas más conocidas del sector sin gluten. En su catálogo podemos encontrar marcas como Airos, Dr. Schar (la marca más conocida y con mayor variedad de productos del mercado), Esgir, Gullón y multitud de marcas más especializadas o que comercializan productos sin gluten.

Sus pedidos se realizan a través de su página web <https://russafasingluten.com/es/> . En su web podemos encontrar desde todo tipo de productos de panadería, dulces, pastas, harinas y levaduras, salsas, etc. Ofrecen envíos a toda la península y Baleares gratuitos con pedidos mínimos de 29 euros.

5.6 Análisis del entorno general (Análisis PEST)

El origen de este análisis remonta al año 1968 con la publicación de un ensayo cuyo título fue “Análisis macro-ambiental de gestión estratégica” y fue elaborado por Liam Fahey y V. K. Narayanan. El análisis PEST trata de analizar los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos. En los últimos análisis también tenemos que hablar de factores ambientales. Para obtener el mejor resultado en la puesta en marcha del negocio es imprescindible realizar un análisis estratégico. Este análisis tiene que ser tanto general como específico. Recogeremos y trataremos determinada información con el objetivo de saber cómo afecta al sector sin gluten.

Factores político-legales

- **Situación política:** actualmente estamos viviendo un momento convulso políticamente por la invasión de Ucrania por parte de Rusia. Todo ello, se está traduciendo en un momento difícil para la zona euro y el mundo en general. Actualmente España está acogiendo a refugiados ucranianos y realizó el envío de armas a Ucrania para que tuviesen armamento suficiente para poder defenderse de Rusia. En lo económico, se ha producido un aumento del precio de ciertas materias primas. También tenemos que destacar el alto precio actual de la luz, el gas o el petróleo. Además, todavía estamos luchando contra el covid que ha deteriorado mucho las relaciones políticas durante estos dos últimos años.
- **Fiscalidad:** Ya que la mayoría de los comercios y establecimientos sin gluten son fundados por pequeños empresarios, vamos a mencionar en este apartado el IRPF. En España los ciudadanos deben tributar por el IRPF (impuesto sobre la renta de las personas físicas) que es un impuesto progresivo que funciona por tramos y las empresas por el IS (Impuesto de Sociedades). En la actualidad, el IRPF es un impuesto estatal, pero se encuentra cedido a las comunidades autónomas el 50% de la recaudación. Esto hace que cada comunidad autónoma pueda añadir o quitar tramos

en el impuesto. También tenemos que tener en cuenta que Navarra y País Vasco cuentan con un régimen foral propio.

Estatualmente los impuestos han crecido un 2% en las rentas más altas y pasarán de tributar del 45% al 47%, esto será para las rentas que excedan de 300.000 euros.

A modo de resumen de lo más destacable para las declaraciones de la renta del ejercicio 2021, la Región de Murcia ha reducido los tipos aplicables a todos los tramos, Andalucía los ha recortado para las bases imponibles a partir de los 28.000 euros. La Comunidad Valenciana los ha subido para los trabajadores que tenga una renta superior a 140.000 euros. En el resto de comunidades se mantienen las tablas sin cambios.

- Restricciones al comercio: España se ha sumado a la Unión Europea al nuevo paquete de sanciones contra Rusia aprobadas por el Consejo de la Unión Europea el pasado 11 de marzo. La medida más destacada de este acuerdo es que se suspendió el status de Rusia como nación más favorecida dentro de la Organización Mundial del comercio. Llevando este acuerdo a la práctica significa que la Unión Europea pondrá restricciones a la exportación e importación de bienes e inversiones con Rusia.

Factores económicos

- Crecimiento económico: el crecimiento o decrecimiento de un país se mide con el PIB (Producto Interior Bruto). Según el diccionario el PIB es el “conjunto de los bienes y servicios producidos en un país durante un espacio de tiempo, generalmente un año”. Es una variable directamente proporcional, al aumentar el PIB hay un mayor crecimiento económico y, viceversa, si el PIB disminuye lo hace también la economía.

Evolución anual del PIB en España (2015-2021)

Fecha	PIB anual	Var. PIB (%)
2021	1.202.994 M€	5,0%
2020	1.121.948 M€	-10,8%
2019	1.244.375 M€	2,1%
2018	1.203.259 M€	2,3%
2017	1.161.867 M€	3,0%
2016	1.113.840 M€	3,0%
2015	1.077.590 M€	3,8%

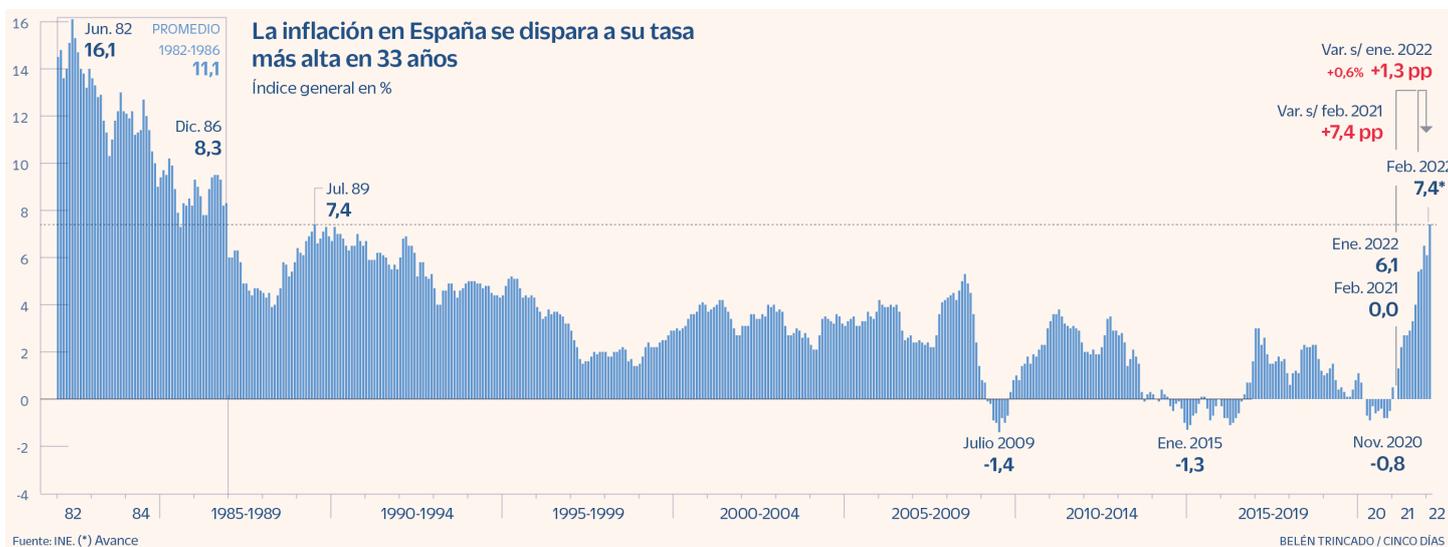
Fuente: <https://datosmacro.expansion.com/pib/espana> Diario Expansión

Podemos observar que desde el año 2015 el PIB en España ha ido creciendo más o menos a un ritmo constante hasta el año 2020 que sufrió una caída de casi el 11%. Esto es debido a la pandemia que llevamos sufriendo desde ese mismo año.

También tenemos otras variables que pueden influir en en los consumidores como pueden ser los tipos de interés y la inflación. En la actualidad los tipos de interés siguen estables, pero son muchas las voces que apuntan que no tardarán mucho en subir debido a la inflación que tenemos hoy en día por la subida de precios de materias primas y demás productos. Obviamente si hay una subida de los tipos de interés perjudica al consumidor ya que le repercutirá en su día a día si tiene contratado cualquier crédito variable y le repercutirá si ciertas empresas ajustan precios por la subida del tipo de interés.

En cuanto a la inflación existe una gran preocupación por los niveles que estamos alcanzando debido, en parte, al conflicto en Ucrania. Muchos son los economistas que dicen que es una inflación estacionaria y que todo volverá a la normalidad antes de verano, pero lo único que podemos afirmar a ciencia cierta es que en Marzo del 2022 estamos en un 9,8% y no podemos conocer si este va a ser el techo de la inflación o todavía subirá en los próximos meses. Este aumento del IPC se debe al aumento de precio de la luz, el petróleo y el gas. Todo ello influye en la economía doméstica porque reduce el poder adquisitivo de los consumidores.

La inflación en España en los últimos 40 años

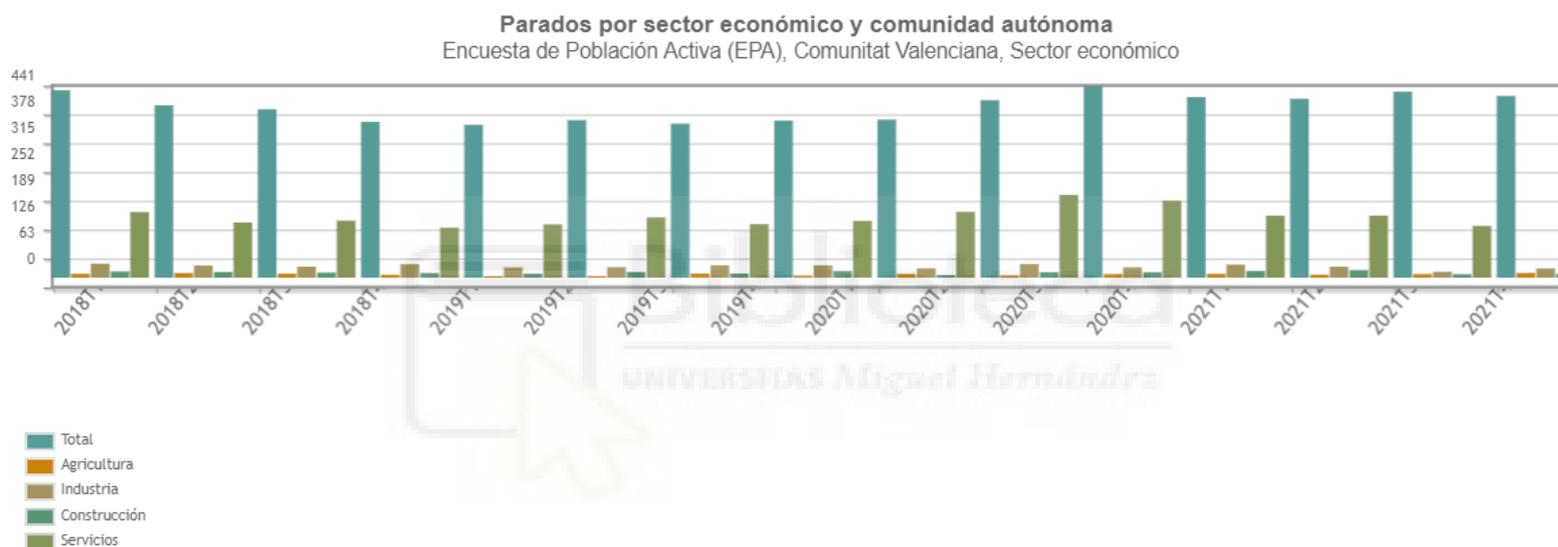


Fuente:

https://cincodias.elpais.com/cincodias/2022/02/28/economia/1646036067_622524.html

Otro factor importante dentro del crecimiento económico es la tasa de desempleo. En el mes de febrero de 2022 España tenía una tasa de desempleo del 12,6%. Cabe destacar que actualmente todavía se encuentran un gran número de personas en ERTE debido al Covid. Lo que más preocupa es que en estos momentos es que España ocupa el segundo lugar de la Unión Europea en cuanto a paro juvenil (personas menores de 25 años) con un 29,4% en enero de este mismo año.

A continuación, vamos a prestar atención a un gráfico con la evolución del desempleo por sector en la Comunidad Valenciana:



Fuente: INE <https://www.ine.es/index.htm>

En el gráfico podemos observar que el sector que más paro ha tenido históricamente es el sector servicios. En nuestra comunidad existen muchos buenos profesionales del sector que probablemente algunos de ellos se encuentren sin empleo. Para este tipo de profesionales que conocen el sector servicios puede ser una oportunidad desembarcar en el sector sin gluten y pueden verlo como una oportunidad de negocio.

- Entorno demográfico: la provincia de Alicante tradicionalmente es elegida por ciudadanos de otros puntos de mundo para fijar su residencia habitual o pasar en esta

zona largos períodos durante el año. Según el INE, en febrero de 2022 vivían un total de 373.423 personas en la provincia de Alicante. También cabe destacar que la provincia de Alicante como provincia ocupa el quinto lugar de las provincias más pobladas de España según los datos del INE del año 2021 con un total de 1.881.762 personas. Por tanto, en nuestra provincia tenemos alrededor de un 20% de población de otros países.

Factores socioculturales

Se producen cambios en los gustos, conductas y preferencias de los consumidores a lo largo de los años. Además, como en el caso de la celiaquía, cada vez más se diagnostican enfermedades que hace años no se conocían. Esto hace que las personas con enfermedad celiaca tengan que consumir productos específicos sin gluten. También, de la mano de algunas personas famosas, existe la creencia en la sociedad de que el gluten es malo y que es mejor consumir solamente alimentos sin gluten tengas enfermedad celiaca o no.

Otro factor determinante en lo que a los factores socioculturales se refiere es la dificultad de muchas familias con algún miembro de la familia diagnosticado con enfermedad celiaca debido al alto precio de los alimentos. Según el Informe anual de precios el coste de los productos corrientes con gluten en una cesta de la compra es de 9,11€ frente a los 22,96€ de los productos sin gluten. Además, la mayor diferencia de precio entre los productos con y sin gluten se encuentra en el pan tostado, harina para pan y el pan rallado. Todos estos alimentos son de los más demandados dentro de la población celiaca.

Si analizamos la diferencia de precio en la compra de productos con y sin gluten por año, vemos una diferencia de 845,20€ más cara la compra sin gluten que con gluten. Todos estos datos son de 2021 y no tienen en cuenta los datos de inflación que tenemos en 2022 en España, lo que hace que a día de hoy todos estos alimentos todavía sean más caros.

Factores tecnológicos

Este factor es fundamental hoy en día y más aún a la hora de aprovechar todos estos factores en un mercado con muy pocos años en funcionamiento como es el mercado de los productos sin gluten. El factor tecnológico más importantes que usan y/o deberían usar en el sector de productos sin gluten sería la inversión en I+D+I. La industria de productos sin gluten creo que debería dedicar muchos de sus recursos a la investigación

y desarrollo de nuevos productos sin gluten o a mezclar con los ya existentes para alcanzar productos nuevos o conseguir que los actuales sean más logrados y que se parezcan todo lo posible a los alimentos sin gluten. También deben destinar sus recursos a posicionarse en internet ya que, a día de hoy la mayoría de consumidores, y sobre todo los celíacos, buscan tiendas o marcas de productos sin gluten en la red. Tener un buen posicionamiento y darse a conocer es primordial para estas empresas.

También se puede usar la tecnología como medio de sabiduría para conocer cuáles son los productos que puede consumir una persona con enfermedad celíaca. Esto es muy importante para todas las personas que quieran acometer la creación de un negocio orientado a personas con enfermedad celíaca.

Factores ambientales

A día de hoy dada la preocupación que existe en el planeta por el medio ambiente, las empresas también deben adaptarse para tratar de tener la menor contaminación posible y aprovechar ciertos materiales reciclables para sus productos. Muchas compañías también, por ejemplo, ayudan a la forestación de los árboles plantando un árbol por cada producto vendido, donan parte de sus beneficios a empresas u ONG que se dedican a cuidar el planeta. Todo esto contribuye a que la sociedad tenga una mejor imagen de la empresa y atraer a los clientes más concienciados con el medio ambiente.

En el sector sin gluten se pueden usar bolsas para empaquetado con material biodegradable, realizar envíos con vehículos eléctricos en determinadas zonas para obtener un envío 100% libre de gases, etc.

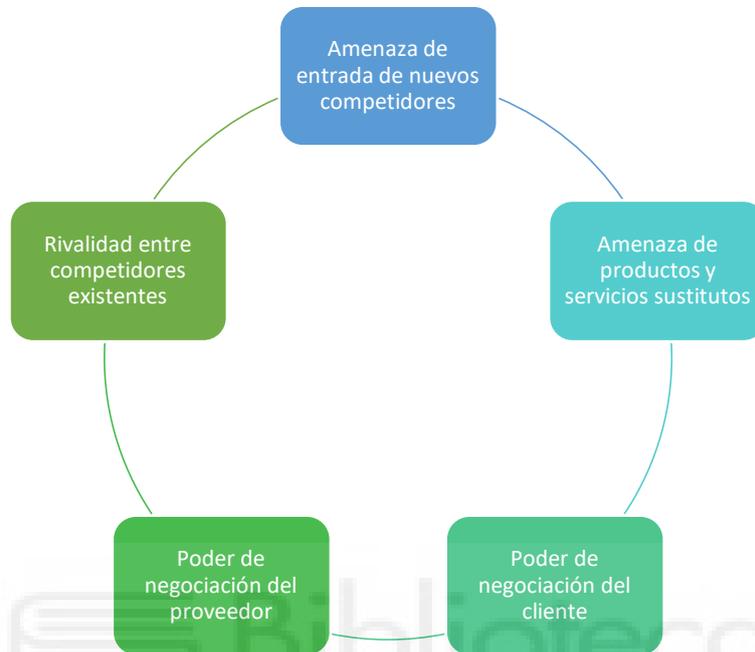
[5.7 Análisis de las fuerzas competitivas del entorno \(siguiendo modelo Michael Porter, las 5 fuerzas\).](#)

Vamos a utilizar el modelo de las 5 fuerzas de Porter para realizar un estudio del factor competencia en el sector sin gluten. Aquí observaremos tanto las amenazas como las oportunidades que encontramos en el sector.

Estas 5 fuerzas que detallaremos a continuación son: amenaza de entrada de nuevos competidores, rivalidad entre competidores existentes, amenazas de productos y servicios sustitutivos, poder de negociación del proveedor y poder de negociación del cliente. Para

que el sector sin gluten sea un mercado en el que invertir lo ideal sería que las oportunidades fuesen mayores que las amenazas.

5 Fuerzas de Porter



Fuente: elaboración propia

1. Amenaza de entrada de nuevos competidores: las barreras de entrada en el sector sin gluten son medias, puede ser un punto negativo o positivo según se mire. Me refiero a que son medias porque necesitas la inversión de una puesta a punto de un local con un gran desembolso inicial, además del elevado coste de por ejemplo un horno para el obrador. Además de los costes algo que también tenemos que tener en cuenta es el coste en formación. Todos los trabajadores del negocio tienen que tener muy claro qué supone para un celíaco consumir productos con gluten.

Puede ser que tengamos competencia porque es un sector al alza en nuestros días y esto conllevará una reducción de los márgenes con el fin de atraer a más clientela y conseguir beneficios por volumen de ventas. Esto tiene que estudiarse en cada negocio ya que no por reducir el precio vas a conseguir más volumen y obtener beneficios de ahí. Si al bajar el precio de los productos no atraes al número suficiente de clientes pueden entrar en pérdidas. La mejor forma de diferenciarte de la competencia es ofreciendo productos diferentes que solamente tu ofrezcas, esto hará que seas

especial. Puedes ofrecer productos mezclando diferentes tipos de harinas o que sean ecológicos, esto repercutirá positivamente en las ventas de tu negocio.

2. Rivalidad entre competidores existentes: en este apartado tenemos que tener en cuenta que tenemos diferentes tipos de empresas que se dedican al sector sin gluten. Podemos tener como competidor a grandes marcas que se dedican a la producción de determinados productos como pueden ser Dr. Schar o Airos entre otras. Estas empresas, sobre todo Dr. Schar, están muy asentadas en el mercado e invierten mucho capital en publicidad. Es muy difícil de encontrar alguna persona con enfermedad celiaca que no conozca esta empresa. Además, la podemos encontrar en todos o casi todos los supermercados e hipermercados del territorio nacional.

También tenemos competencia en obradores que se dedican a la obtención del producto más artesanalmente. Cada vez hay más repartidos por todo el territorio nacional, muchos de ellos llevan abiertos varios años y son conocidos en sus zonas. Este es el nicho de mercado en dónde más posibilidades hay de ser diferente y diferenciarnos de la competencia por producto específico, precio, atención al cliente, etc. También hay que tener en cuenta que muchos de ellos tienen tienda online y son capaces de repartir sus productos en todo el territorio nacional.

Por último, tenemos a las empresas que se encargan de distribuir productos de otras marcas. Ahí la única diferenciación que puede existir es vender los mismos productos a precios más bajos o buscar un catálogo de ciertas marcas que nadie comercialice o productos de marcas no muy conocidos y distribuir este tipo de productos.

3. Amenaza de productos y servicios sustitutos: en este sector los productos sustitutos no tienen sitio ya que solamente se pueden comercializar productos sin gluten. La única manera de que un producto sea sustitutivo sería con la mezcla de determinados tipos de harina que no se mezclen o conozcan hoy en día.
4. Poder de negociación del proveedor: en el sector sin gluten no tenemos un gran número de proveedores. Por lo tanto, el proveedor tiene un gran poder a la hora de negociar con los clientes que quieran demandar determinados productos ya finalizados o material para producir dichos productos. No existen muchas empresas de productos terminados sin gluten y esto hace que los precios de estos productos todavía sean muy altos.

5. Poder de negociación del cliente: al ser un sector en crecimiento, el cliente puede dejar de acudir a un local de su ciudad al que acudía por algo que no le ha gustado, pero depende de su localización podrá elegir o no otro local. Lo mismo sucede con determinadas marcas que ya comercializan los productos acabados y empaquetados. Puede dejar de consumir esa marca, pero quizás tenga que dejar de consumir ese producto porque puede no encontrarlo en el mercado con otra marca. Al igual que sucede en los comercios online que comercializan productos similares, puedes dejar de comprar en una y comprar en otra si posee el mismo producto. Por todo esto, podemos decir que el poder de negociación del cliente en el sector sin gluten no es muy alto.

5.8 Análisis DAFO Sector Sin Gluten

En el análisis DAFO vamos a separar las tres formas más usadas para poner en marcha un negocio sin gluten y realizar un análisis DAFO para cada una de ellas. Vamos a realizar estos DAFO desde el punto de vista de la persona que va a poner en marcha el negocio. Es decir, en la franquicia seremos el franquiciado y en la apertura del local propio y del negocio online seremos la figura que ponga en marcha el negocio.

Análisis DAFO franquicia

<p><u>Oportunidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mayor probabilidad de que funcione ▪ Elección entre varias franquicias y elegir la que mejor se adapte a lo que buscamos 	<p><u>Amenazas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Búsqueda de local acorde a los parámetros marcados por la matriz ▪ Otros establecimientos del sector sin gluten
<p><u>Fortalezas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aprovechamiento know-how de la matriz ▪ No empezar negocio desde cero ▪ Comenzar como una marca ya conocida 	<p><u>Debilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Inversión inicial junto con cánones y royalties ▪ No tener total libertad de decisión

Fuente: elaboración propia

Análisis DAFO negocio propio

<u>Oportunidades</u> <ul style="list-style-type: none">▪ Ser diferente al resto de establecimientos▪ Crear una nueva marca en el sector	<u>Amenazas</u> <ul style="list-style-type: none">▪ Otros establecimientos sector sin gluten▪ Créditos bancarios para puesta en marcha negocio
<u>Fortalezas</u> <ul style="list-style-type: none">▪ Total libertad de decisión en el negocio▪ Elección del diseño del local, vestimenta, etc.▪ Pleno poder para elegir a los proveedores oportunos▪ Publicidad y promoción del local	<u>Debilidades</u> <ul style="list-style-type: none">▪ Se necesita de más tiempo para la puesta en marcha del negocio▪ Inversión inicial alta▪ No tener apoyo en el día a día del negocio si surgen dudas

Fuente: elaboración propia

Análisis DAFO negocio online

<u>Oportunidades</u> <ul style="list-style-type: none">▪ Variedad de marcas▪ Variedad de productos	<u>Amenazas</u> <ul style="list-style-type: none">▪ Otros establecimientos sector sin gluten▪ Grandes superficies que comercializan los mismos productos.
<u>Fortalezas</u> <ul style="list-style-type: none">▪ Total libertad de decisión▪ Rapidez puesta en marcha▪ Poder crear una página web novedosa y fácil de usar▪ Pleno poder para elegir productos a comercializar▪ Publicidad y promoción de la web▪ Inversión inicial más baja	<u>Debilidades</u> <ul style="list-style-type: none">▪ No tener un punto físico de venta▪ Dependier de terceros para que los envíos lleguen a tiempo

Fuente: elaboración propia

5.9 Encuesta

Vamos a realizar una encuesta con el fin de conocer las preferencias, gustos, hábitos de los clientes potenciales de un establecimiento de apertura propia de productos sin gluten. Dicha encuesta está detallada en el anexo N°1 del trabajo.

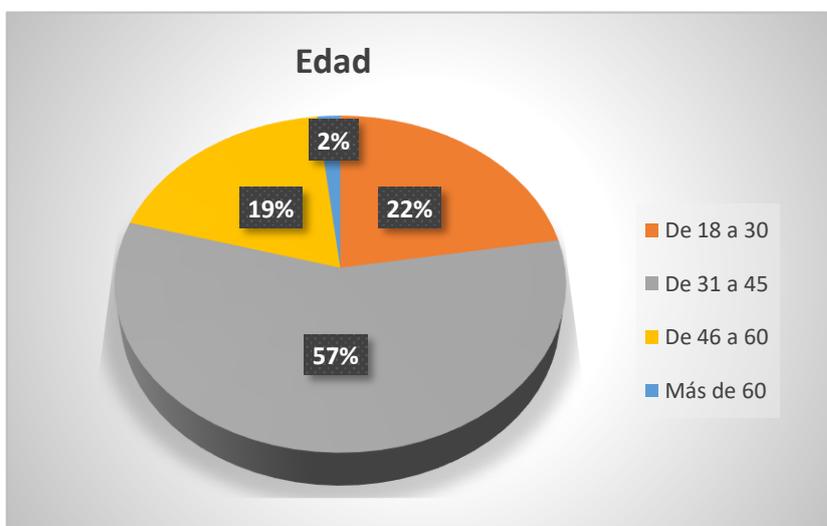
RESULTADOS DE LA ENCUESTA

1- Sexo



Podemos concluir que ha habido más participación masculina que femenina

2- Edad



Apreciamos que los grupos de edad que más han participado han sido de 31 a 45 años con más de un 50 % y de 18 a 30 años con algo más de un 20%.

3- ¿Consume usted productos sin gluten habitualmente?



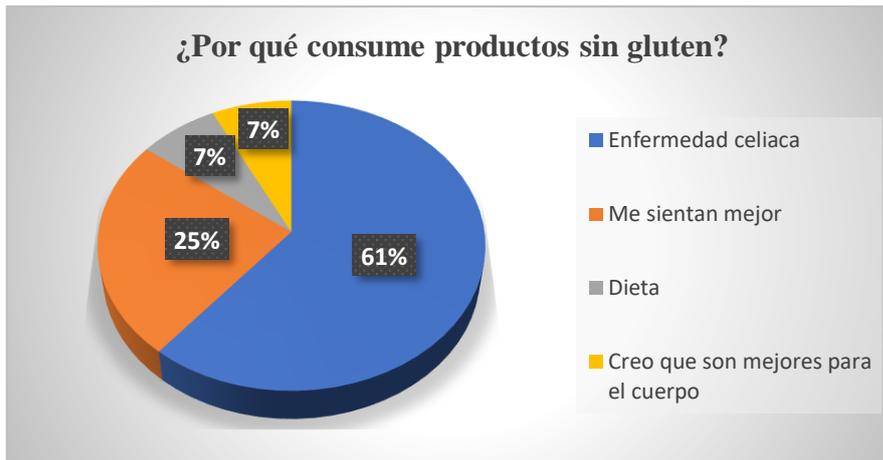
Apreciamos que más de $\frac{3}{4}$ partes de los encuestados sí consumen productos sin gluten habitualmente (76%).

4- ¿Con qué frecuencia consume productos sin gluten?



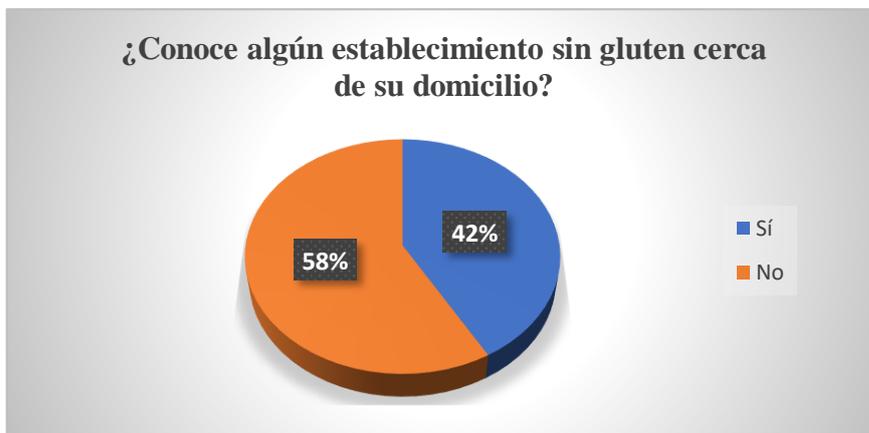
La mayoría de los encuestados que consumen productos sin gluten toman productos sin gluten todos los días, casi el 80% del total.

5- ¿Por qué consume alimentos sin gluten?



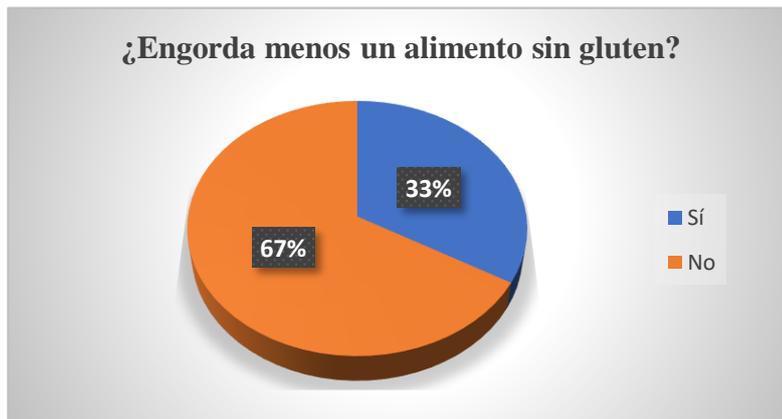
Podemos apreciar en el gráfico que la mayoría de consumidores de este tipo de productos lo hacen por enfermedad (61%). Seguido de personas que aseguran que estos productos le sientan mejor a su organismo (25%).

6- ¿Conoce algún establecimiento de productos artesanales sin gluten cerca de su domicilio?



Podemos apreciar en el gráfico que hay más encuestados que no conocen ningún establecimiento sin gluten (58%) que encuestados que sí conocen (42%).

7- ¿Cree que los productos sin gluten engordan menos que los productos con gluten?



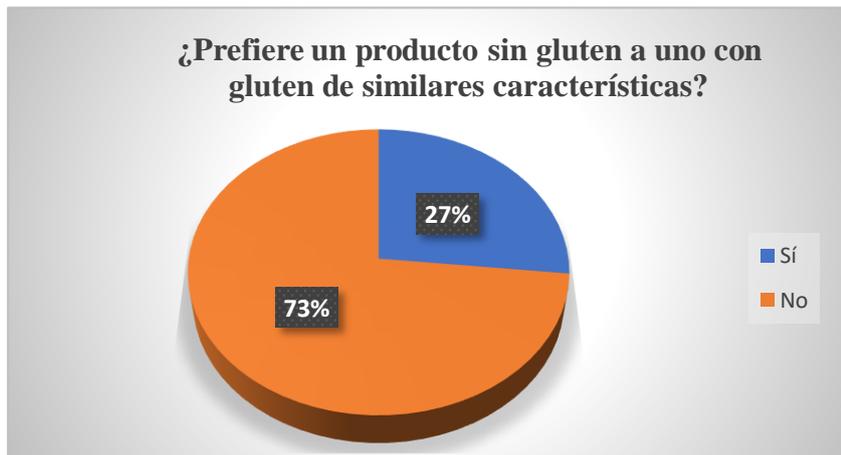
Un alto porcentaje de los encuestados (67%) creen que un alimento sin gluten no engorda menos que un alimento con gluten.

8- ¿Suele mirar la información nutricional de los productos sin gluten antes de adquirirlos?

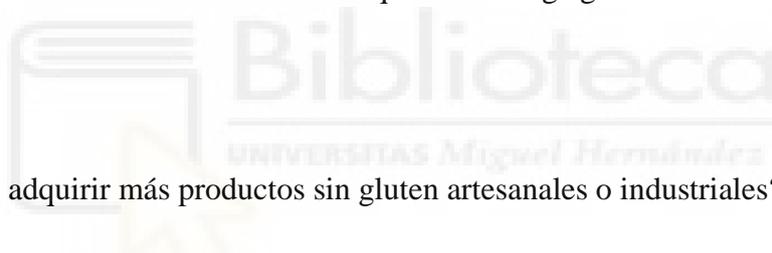


Observamos que la mayoría de los compradores de productos sin gluten (más del 80%) si comprueban la información nutricional antes de adquirir este tipo de productos.

9- ¿Prefiere un producto sin gluten a uno con gluten de similares características?



Aquí apreciamos que la mayoría de encuestados (73%) no prefiere un producto sin gluten, aunque sea similar en características a uno que si contenga gluten.



10- ¿Suele adquirir más productos sin gluten artesanales o industriales?



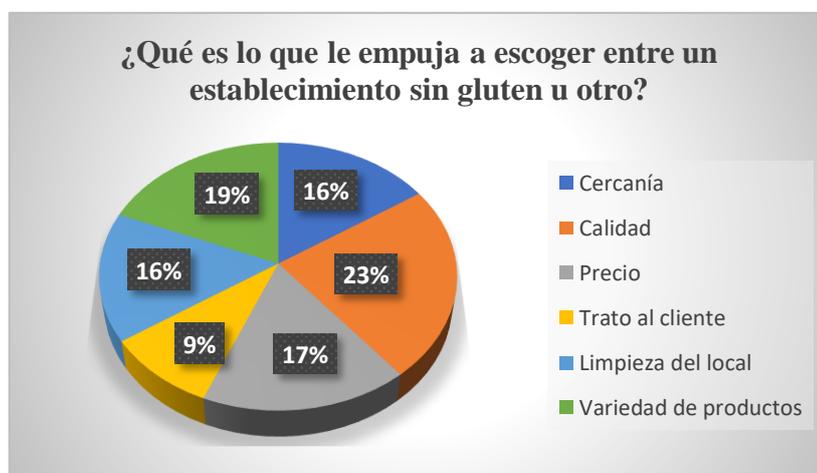
Podemos apreciar que un 40% de los encuestados adquieren productos industriales, mientras que artesanales y ambos productos los consumen el 30% respectivamente.

11- ¿Prefiere los productos sin gluten industriales o artesanales?



Vemos que más de la mitad de los encuestados (57%) prefiere adquirir los productos artesanales frente a los industriales o a adquirir de ambos tipos.

12- ¿Qué es lo que le empuja a escoger entre un establecimiento sin gluten u otro?



En esta respuesta apreciamos que casi un cuarto de los encuestados (24%) se decantan por la calidad a la hora de escoger un establecimiento, seguido por la variedad de productos (19%) y el precio (18%).

13- ¿Dónde suele adquirir los productos sin gluten?



En cuanto al lugar dónde se adquieren los productos sin gluten, apreciamos que el 56% de los encuestados los adquiere en grandes superficies, seguidos por el 26 % que lo adquiere en establecimientos libre de gluten. Solamente el 18% de los encuestados adquiere este tipo de productos online.

14- ¿Suele consumir más productos sin gluten en casa o fuera?



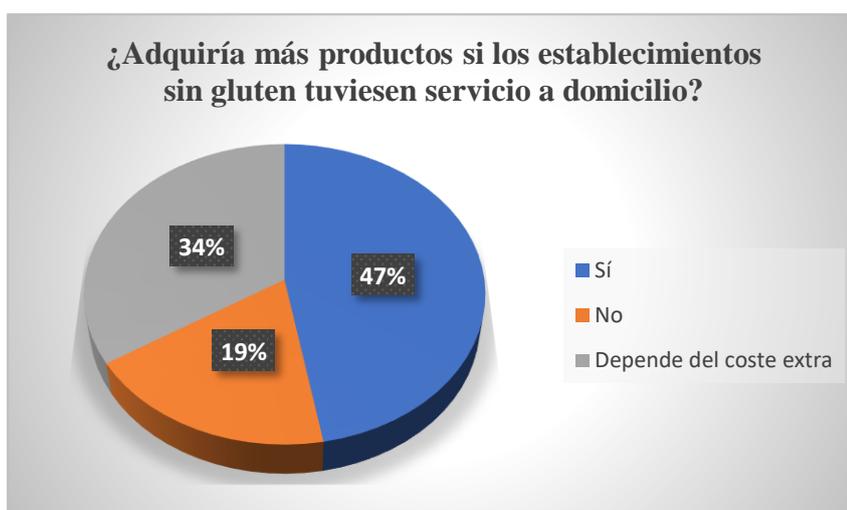
Apreciamos que un alto porcentaje de los encuestados (77%) suele consumir más productos sin gluten en casa que fuera de casa.

15- ¿Cuándo sale a cenar o comer fuera intenta también consumir productos sin gluten?



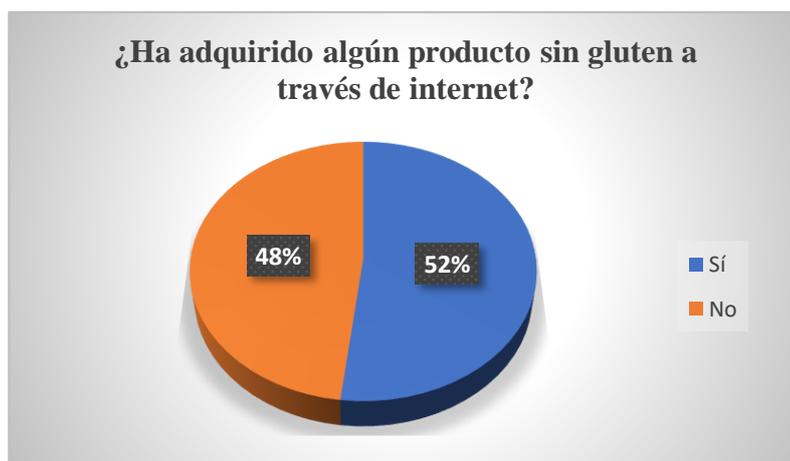
Algo más de la mitad de los encuestados (52%) no intenta comer productos sin gluten cuando sale fuera de su domicilio. Seguidamente encontramos a los que consumen siempre productos sin gluten cuando salen de su domicilio (36%).

16- ¿Si los establecimientos sin gluten dispusiesen de servicio a domicilio, adquiriría más productos de ahí?



Apreciamos que casi la mitad de los encuestados sí adquirirían más productos, un 47%. Con un 34% podemos ver que algunos de ellos tendrían en cuenta en coste extra de este servicio.

17- ¿Ha adquirido algún producto sin gluten a través de internet?



Algo más de la mitad de los encuestados (52%) sí que han adquirido en alguna ocasión algún producto online sin gluten, mientras que el 48% nunca lo ha hecho.

18- ¿Por qué compraría más productos sin gluten en un futuro?



Según los encuestados, comprarían más productos sin gluten si encontrasen productos con más calidad y sabor (31%), seguidos (28%) de los que comprarían si fuesen productos más saludables. A continuación, estarían los que comprarían más si hubiese una baja de

precios (22%). Y, por último, encontramos a los consumidores que adquirirían más de estos productos si tuviesen un mayor surtido (19%).

19- ¿Pagaría más por un producto sin gluten que fuese más saludable?



Apreciamos que más de la mitad de los encuestados (56%) estarían dispuestos a pagar más por un producto sin gluten más saludable. Además, casi un tercio de los encuestados (30%) lo harían si no hubiese un aumento excesivo en el precio del mismo.

6. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

A continuación, vamos a detallar las conclusiones del estudio.

Podemos extraer las siguientes conclusiones después de la realización de la encuesta. La muestra de este estudio se ha centrado en consumidores que consumen productos sin gluten. Podemos observar que cada vez existe más gente que consuma este tipo de productos, ya sea por enfermedad (en más de la mitad de los casos) o por creer que le sienta mejor a su organismo o que estos productos son más beneficiosos que los productos con gluten.

También cabe destacar que muchos de los encuestados consumirían más estos productos si fuesen más saludables. Esto se debe a que la elaboración de un producto sin gluten utiliza diferentes tipos de harinas y otros elementos para conseguir acercarse al sabor de estos mismos productos con gluten. Por ello, más de la mitad de los encuestados estarían dispuestos a pagar un poco más por estos productos si fuesen más saludables.

Es sorprendente que algo más de la mitad de los encuestados no hayan adquirido nunca un producto sin gluten a través de internet con las diferentes opciones que tienen para ello.

Algo también importante a mencionar es que más de la mitad de los encuestados adquieren los productos sin gluten en grandes superficies y en estos sitios los productos suelen ser envasados y no son artesanales. Pero, a su vez, prefieren los productos artesanales a los que no lo son.

Por último, es reseñable que más del 50% de los encuestados no conozcan ningún establecimiento sin gluten cercano a su domicilio.

7. ANÁLISIS DE CASOS DE ÉXITO

A continuación, vamos a mencionar un caso de éxito dentro del sector de productos sin gluten en nuestro país. Vamos a hablar sobre Santiago Godfrid, impulsor de Celicioso. Además, también vamos a referirnos a Dr. Schar que es la empresa más famosa del sector de productos sin gluten y la que podemos encontrar en todas las grandes superficies y comercios online aunque no sea una empresa de nuestro país.

Santiago Godfrid

Es el dueño y fundador de “Celicioso Gluten Free Bakery” y nada tenía que ver antes de montar este negocio con el mundo de la panadería y repostería. Era tenista profesional y fue cuando a sus 23 años le diagnosticaron celiaquía se dio cuenta de la escasa oferta de productos sin gluten que había en el mercado. Así, en agosto del año 2012, con tan sólo 25 años, abrió su primer local en Madrid muy cerca de la Gran Vía. Empezó como un local especializado en pastelería sin gluten. En el año 2016 abrió su primer local fuera de Madrid y Marbella fue la ciudad elegida. Aprovechó la apertura de este local para realizar unas pequeñas modificaciones en la carta y comenzó a incluir, además de pastelería, sándwiches o ensaladas. Cabe destacar que, según sus propios cálculos, cerca del 50% de los clientes de Celicioso no tienen ninguna intolerancia alimenticia.

Después de Marbella llegaron 2 locales más en Madrid y otro en Ibiza. Además, El Corte Inglés les ha invitado a abrir en el Gourmet Experience de Gran Vía. Actualmente, según podemos ver en su página web, cuenta con 7 restaurantes en nuestro país y más de 150 empleados.

Tiene varias propuestas de algunas de las capitales más importantes del mundo como Dubai o Londres para abrir negocios bajo el modelo de franquicia, pero de momento prefiere ser cauto y esperar a hacerlo cuando tenga la seguridad de que puede hacerse correctamente. En cuanto a la cocina, uno de sus objetivos es reducir el azúcar a cero. Además, se van adaptando a las nuevas tendencias de alimentación y van incluyendo una tendencia vegana y crudivegana.

Dr. Schär

Es la marca de productos sin gluten más vendida y conocida en todo el mundo. De hecho, este mismo año ha sido su 100 aniversario. Según la propia marca durante este 100 aniversario aprovecharán para reforzar sus valores y llevar a cabo nuevos proyectos.

La compañía fue fundada en el año 1922 en los Alpes, más concretamente en el Tirol del Sur. Su misión desde el principio fue la de mejorar la vida de los consumidores con necesidades nutricionales especiales. Ahora, Dr.Schar pretende renovar su compromiso fundamental: unir a las personas alrededor de la mesa, independientemente de sus condiciones nutricionales, para que todos juntos puedan disfrutar de la comida y la compañía. Bajo el lema 100 Years Forwards, la empresa planea un año lleno de iniciativas y celebraciones en las que participarán consumidores, amigos, colaboradores, socios comerciales y medios de comunicación.

Cómo explica el propio CEO de la compañía, Philipp Schoeller, “contemplamos con orgullo los numerosos hitos que hemos conseguido en los últimos 100 años y nos embarcamos en un nuevo viaje”. «Por eso, tenemos muchos proyectos apasionantes previstos para este año, desde los hitos culturales regionales hasta una celebración de la biodiversidad».

Cabe destacar que, aprovechando su aniversario, la marca también pone el foco en su compromiso con el medioambiente al implantar una nueva estrategia de sostenibilidad y su Código de Conducta. Va a lanzar un proyecto llamado Field100, que promoverá la biodiversidad y concienciará sobre el impacto que tiene en un futuro habitable. Así, junto con el Centro de Investigación de Laimburg, Dr. Schär está cultivando 100 plantaciones diferentes, que también son ingredientes de sus productos, en una zona de Tirol del Sur en los Alpes.

Dr. Schär ha establecido una estrategia integral de sostenibilidad, guiada por los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) marcados por la ONU. Se basa en un compromiso activo para promover la biodiversidad y la agricultura sostenible, reduciendo el impacto de los envases de los productos de Dr. Schär y la huella de CO2 de la empresa.

«El futuro que imaginamos consiste en crecer juntos, por el bien de nuestra gente, nuestra comunidad y nuestro planeta», afirma Philipp Schoeller. Esto se refleja directamente en el

Código de Conducta recientemente publicado, que establece los principios vinculantes que guían la actividad de Dr. Schär y las normas de conducta profesional de sus empleados.

8. FACTORES CLAVE PARA LA PUESTA EN MARCHA DE UN NEGOCIO FÍSICO EN EL SECTOR DEL GLUTEN

- Ubicación del negocio.

Empezamos por la que probablemente sea la decisión más difícil a la hora de abrir un establecimiento, su localización. Es una decisión clave para la obtención de los resultados previstos. Tenemos la opción de buscar un local céntrico en el que incurramos en un precio más alto o podemos optar por un local que no esté en el centro de la ciudad y, por tanto, que sea más económico. La zona centro de cualquier ciudad tiene la ventaja que es un sitio de paso dónde todos los días pasan miles de personas, esto te hace que puedas tener más clientes. Además, te da una imagen de marca superior. Si optamos por fuera de la zona centro, además del ahorro del precio del local, podremos ofrecer facilidad de aparcamiento, buscar un local más grande que el que nos podamos permitir en el centro u otras ventajas.

Para la ubicación del negocio tenemos que tener en cuenta los siguientes puntos:

- Las características de la zona dónde queremos abrir nuestro negocio.
- Comprobar si tenemos competencia directa a nuestro alrededor.
- El precio y tamaño del local.
- Intentar conocer si la zona dónde abrimos el negocio existe clientela potencial.
- Calle peatonal o con mucho paso de transeúntes.
- Cercano a otros puntos de interés de la ciudad.

Tenemos que tener en cuenta que los productos sin gluten van destinados, en teoría, a la población con enfermedad celiaca. Esto hará que por pura probabilidad si pasan más personas por la puerta de nuestro establecimiento, un porcentaje de esas personas serán celiacas y serán clientes potenciales de nuestro negocio. Obviamente también pueden adquirir productos sin gluten personas que no tengan enfermedad celiaca por diferentes motivos que hemos tratado a lo largo del trabajo. También puedes tener la creencia de

que, al haber pocos establecimientos dedicados a los productos sin gluten en la mayoría de ciudades, el cliente que quiera adquirir este tipo de productos no le importará moverse del centro de la ciudad para adquirirlos.

- Una gran ciudad, lugar más idóneo para este tipo de establecimientos.

Por pura probabilidad es más probable que en una ciudad haya más número de personas con enfermedad celiaca que en un pueblo pequeño. Esto hace que sea más recomendable poner en marcha un negocio de este tipo en una gran ciudad. De esta manera tendremos más público objetivo disponible para obtener unos mejores resultados con la apertura de nuestro establecimiento. Aun teniendo en cuenta que los costes son más altos en una ciudad ya que sobre todo el precio del alquiler es mucho mayor que en un pueblo, creo que la viabilidad del negocio sería mayor.

- Qué productos vas a ofrecer

Sobre todo, con la realización de la encuesta hemos visto que el tipo de producto es muy importante para los consumidores de productos sin gluten. Tenemos que buscar productos artesanales, de obrador, que satisfagan las necesidades de este tipo de clientes. Tenemos que luchar contra los productos envasados que comercializan las grandes superficies y, además, luchar contra los establecimientos de productos sin gluten que tengamos cercanos. Intentar hacer estos productos más sanos y conseguir un sabor logrado para que se parezca lo más posible a productos con gluten es la meta en nuestro negocio.

Cabe destacar que al ser más caro este tipo de productos que los productos tradicionales con gluten, en nuestro establecimiento deberemos diferenciarnos de la competencia y podemos hacerlo tratando de comercializar estos productos de una manera más económica. Otra forma de diferenciación sería realizar productos diferentes a los que se ofrecen en los establecimientos sin gluten cercanos. Por último, en un mundo cada vez más enfocado en la alimentación saludable también podríamos hacer productos sin gluten saludables. Este tipo de productos pueden ser más caros que los productos tradicionales y productos sin gluten ya creados, pero aportan un beneficio extra al cliente por ese sobreprecio.

- Decisión de comprar o alquilar local

Es una de las preguntas más difíciles de responder para un emprendedor. Si nos decidimos por la compra tenemos que tener en cuenta la gran inversión inicial que vamos a tener que hacer al comienzo de la actividad. Si nos decantamos por el alquiler incurrimos en unos menores costes y el riesgo también es menor. A continuación, vamos a ver las ventajas tanto de comprar como alquilar un local.

Las ventajas de comprar un local son:

- 1- La inversión que hagas en la reforma del mismo sabes que será para tu beneficio presente y futuro.
- 2- No tendrás que pedir permiso para futuras reformas o estar pendiente de que nadie (arrendador) te solucione problemas que puedan surgir en el local.
- 3- No tendrás que negociar posibles subidas de precio de alquiler con nadie ya que el local es de tu propiedad

Las ventajas de arrendar un local son:

- 1- Firma de contrato por un determinado periodo de tiempo, si al finalizar ese tiempo no quieres seguir ahí, puedes trasladarte a otro local.
- 2- El arrendador es el que realiza el pago de impuestos del local y algunos gastos de mantenimiento del mismo.

9. CONCLUSIONES

Durante el trabajo hemos detallado el sector de productos sin gluten en nuestro país, nombrando los aspectos más importantes de este sector. Después del análisis realizado del sector podemos apreciar que es un mercado relativamente nuevo y en continuo crecimiento. Aun así, podemos encontrar diferentes oportunidades de negocio dentro del sector de productos sin gluten.

El cada vez más diagnóstico de pacientes con enfermedad celíaca, sumado al número de personas que no son celíacas que consumen productos sin gluten lo hacen un mercado en constante crecimiento.

Después de toda la información recogida durante la realización del estudio podemos señalar que existen varias formas de poner en marcha un nuevo negocio de productos sin gluten. Los más destacados serían:

- Apertura de una local franquiciado: es la manera más rápida de entrar en el sector, aprovechando el know-how de la empresa franquiciadora.
- Apertura de negocio propio: es la manera más independiente de entrada en el sector. Nosotros elegiríamos todo lo referente al negocio: ubicación, nombre, productos que vamos a comercializar, distribución del local, etc.
- Apertura de negocio online: es una manera también rápida de entrada en el sector ya que no necesitamos buscar y montar un local nuevo. La mayor pérdida de tiempo está en contactar con los proveedores a los que vamos a comprar sus productos y con las empresas de transporte que realizarán los envíos. Además, por supuesto, del diseño de la web.

Algo también a tener en cuenta son los productos ofertados en nuestro negocio. Tenemos que intentar satisfacer la demanda de las personas con enfermedad celíaca o las personas que consumen productos sin gluten y, como vimos en la encuesta, este tipo de cliente está en búsqueda de productos más saludables para su organismo. Es importante también el precio de dichos productos, pero gran parte de los consumidores de estos productos piensan en los beneficios que aportan estos productos para su cuerpo. Por otro lado, gran parte de los consumidores celíacos no conocen establecimientos de productos sin gluten

cerca de casa. Por lo tanto, quién realice una apertura de un local de este tipo debería promocionarse y buscar notoriedad en su zona.

Si la persona que decida la puesta en marcha de un local de productos sin gluten sigue las recomendaciones vistas durante todo el trabajo puede alcanzar el éxito deseado.



10. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

- Luque Martínez, T. (2017). *Investigación de marketing 3.0*. Ediciones Pirámide.
- ¿Qué es la enfermedad celiaca? FACE. <https://celiacos.org/enfermedad-celiaca/que-es-la-enfermedad-celiaca/>
- ¿Qué es el gluten? FACE. <https://celiacos.org/enfermedad-celiaca/que-es-el-gluten/>
- S. F. (2021, 27 mayo). *Tres de cada cuatro celíacos españoles no saben que lo son*. ABC. https://www.abc.es/familia/padres-hijos/abci-tres-cada-cuatro-celiacos-espanoles-no-saben-201905270334_noticia.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.abc.es%2Ffamilia%2Fpadres-hijos%2Fabci-tres-cada-cuatro-celiacos-espanoles-no-saben-201905270334_noticia.html
- Fita, J. (2021, 10 mayo). *Cangas del Narcea, el paraíso para los celíacos*. La Vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/comer/20210510/7416936/cangas-narcea-paraíso-celiacos-tasa-mayor-enfermedad-espana.html>
- Qué es. FACE. <https://celiacos.org/sobre-nosotros/>
- Sánchez Alcolea, M. (2021, 15 mayo). *Comer alimentos sin gluten no es más sano*. <https://www.rtve.es/>. <https://www.rtve.es/television/20210515/alimentos-sin-gluten/2090286.shtml>
- Asale, R. (s. f.). *franquicia* | *Diccionario de la lengua española*. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. <https://dle.rae.es/franquicia>
- Feced, C. G. (2021, 21 octubre). *Qué es una franquicia: definición, ventajas y desventajas y ejemplos*. Business Insider España. <https://www.businessinsider.es/franquicia-definicion-903185>
- 0% gluten. (s. f.). *[0% gluten] Panadería y pastelería fresca diaria sin gluten*. <https://www.0x100gluten.com/es/0-gluten-2/>

- D. (s. f.). *Franquicia 0% Gluten España*. <https://www.franquiciashoy.es>.
<https://www.franquiciashoy.es/franquicias/franquicias-alimentacion-y-supermercados/gourmet-y-especializada/0-gluten>
- Panadería Jose Maria Garcia Sin Gluten. (2022, 28 mayo). *Panadería JM García Sin Gluten*. Panadería Jose Maria Garcia.
<https://panaderiajmgarcia.com/?v=afafc7a086f9>
- About us*. (s. f.). Celiciosostore. <https://celicioso.com/pages/about-us>
- Pan sin gluten, sin lactosa y sin conservantes*. (2022, 1 junio). Leon The Baker.
<https://leonthebaker.com/>
- Russafa Sin Gluten*. (s. f.). <https://russafasingluten.com>. <https://russafasingluten.com/es/>
- Peiró, R. (2021, 9 marzo). *Análisis PEST*. Economipedia.
<https://economipedia.com/definiciones/analisis-pest.html>
- Días, C. (2022, 27 enero). *Renta 2021/2022: Cambios en los tramos del IRPF para las rentas del trabajo*. Cinco Días.
https://cincodias.elpais.com/cincodias/2022/01/26/midiner/1643204674_675377.html
- Calavia, M. (2022, 3 febrero). *Renta 2021/2022: Estos son los tramos de IRPF que se pagarán en cada comunidad autónoma en 2022*. Cinco Días.
https://cincodias.elpais.com/cincodias/2022/02/01/midiner/1643706874_744036.html
- La Moncloa*. 14/03/2022. *España se suma al aislamiento de Rusia en la Organización Mundial del Comercio [Prensa/Actualidad/Industria, Comercio y Turismo]*. (s. f.). www.lamoncloa.gob.es.
<https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/industria/Paginas/2022/140322-omc-rusia.aspx>

- Días, C. (2022b, febrero 28). *La inflación en España se dispara al 7,4%, su tasa más alta en 33 años*. Cinco Días.
https://cincodias.elpais.com/cincodias/2022/02/28/economia/1646036067_622524.html
- Informe de precios 2022*. (2022, 2 febrero). FACE. <https://celiacos.org/informe-de-precios-2022/>
- FACE. (2022). *Informe anual de precios*. <https://celiacos.org/wp-content/uploads/2022/01/Informe-anual-de-precios-2022.pdf>
- Población por provincias - Diputación de Alicante*. (2022).
<http://documentacion.diputacionalicante.es>.
http://documentacion.diputacionalicante.es/ra_poblacion.asp
- Población extranjera 2021 en la provincia de Alicante*. (2022).
<http://documentacion.diputacionalicante.es>.
<http://documentacion.diputacionalicante.es/paises.asp>
- Santander Universidades. (2022, 13 enero). *Qué son y cómo se utilizan las 5 fuerzas de Porter | Blog*. Becas Santander. <https://www.becas-santander.com/es/blog/5-fuerzas-de-porter.html>
- Esteban, N. S. (2020, 19 febrero). *Celicioso, la pastelería del extenista celíaco que ya piensa en jugar fuera*. El Español.
https://www.elespanol.com/invertia/empresas/20180117/celicioso-pasteleria-extenista-celiaco-piensa-jugar/277723243_0.html
- Sanchez, R. (2022, 14 marzo). *Dr. Schär cumple 100 años como marca libre de gluten*. Financial Food. <https://financialfood.es/dr-schar-cumple-100-anos-como-marca-libre-de-gluten/>

11. ANEXO

Encuesta sobre el consumo de productos sin gluten

1- Sexo: hombre o mujer

2- Edad:

- Hasta 18 años
- De 18 a 30 años
- De 31 a 45
- De 46 a 60
- Más de 60 años

3- ¿Consumes usted productos sin gluten?

Sí/No

4- ¿Con qué frecuencia consumes productos sin gluten?

- Todos los días
- Una o dos veces por semana
- Solamente entre semana
- Solo los fines de semana

5- ¿Por qué consumes alimentos sin gluten?

- Enfermedad celiaca
- Me sientan mejor
- Dieta
- Creo que son mejores para el cuerpo

6- ¿Conoce algún establecimiento de productos artesanales sin gluten cerca de su domicilio?

Si/No

7- ¿Crees que los productos sin gluten engordan menos que los productos con gluten?

Si/No

8- ¿Suele mirar la información nutricional de los productos sin gluten antes de adquirirlos?

Sí/No

9- ¿Prefieres un producto sin gluten a uno con gluten de similares características?

Sí/No

10- ¿Suele adquirir más productos sin gluten artesanales o industriales?

- Artesanales
- Industriales
- Ambos

11- ¿Prefiere los productos sin gluten industriales o artesanales?

- Artesanales
- Industriales
- Ambos

12- ¿Qué es lo que le empuja a escoger entre un establecimiento sin gluten u otro?

- Cercanía
- Calidad
- Precio
- Trato al cliente
- Limpieza del local
- Variedad de productos

13- ¿Dónde suele adquirir los productos sin gluten?

- Grandes superficies
- Online
- Establecimientos sin gluten

14- ¿Suele consumir más productos sin gluten en casa o fuera?

- En casa
- Fuera

15- ¿Cuándo sale a cenar o comer fuera intenta también consumir productos sin gluten?

- Siempre
- Casi siempre
- Algunas veces
- Nunca

16- ¿Si los establecimientos sin gluten dispusiesen de servicio a domicilio, adquiriría más productos de ahí?

- Sí
- No
- Depende del coste extra

17- ¿Ha adquirido algún producto sin gluten a través de internet?

Sí/No

18- ¿Por qué compraría más productos sin gluten en un futuro?

- Mejor calidad y sabor
- Bajada de precio
- Mayor surtido
- Productos más saludables

19- ¿Pagaría más por un producto sin gluten que fuese más saludable?

- Sí
- No
- Depende del coste extra

