

Estrategia de productos evitando desperdicios en parrillas al costo

PROBLEMA

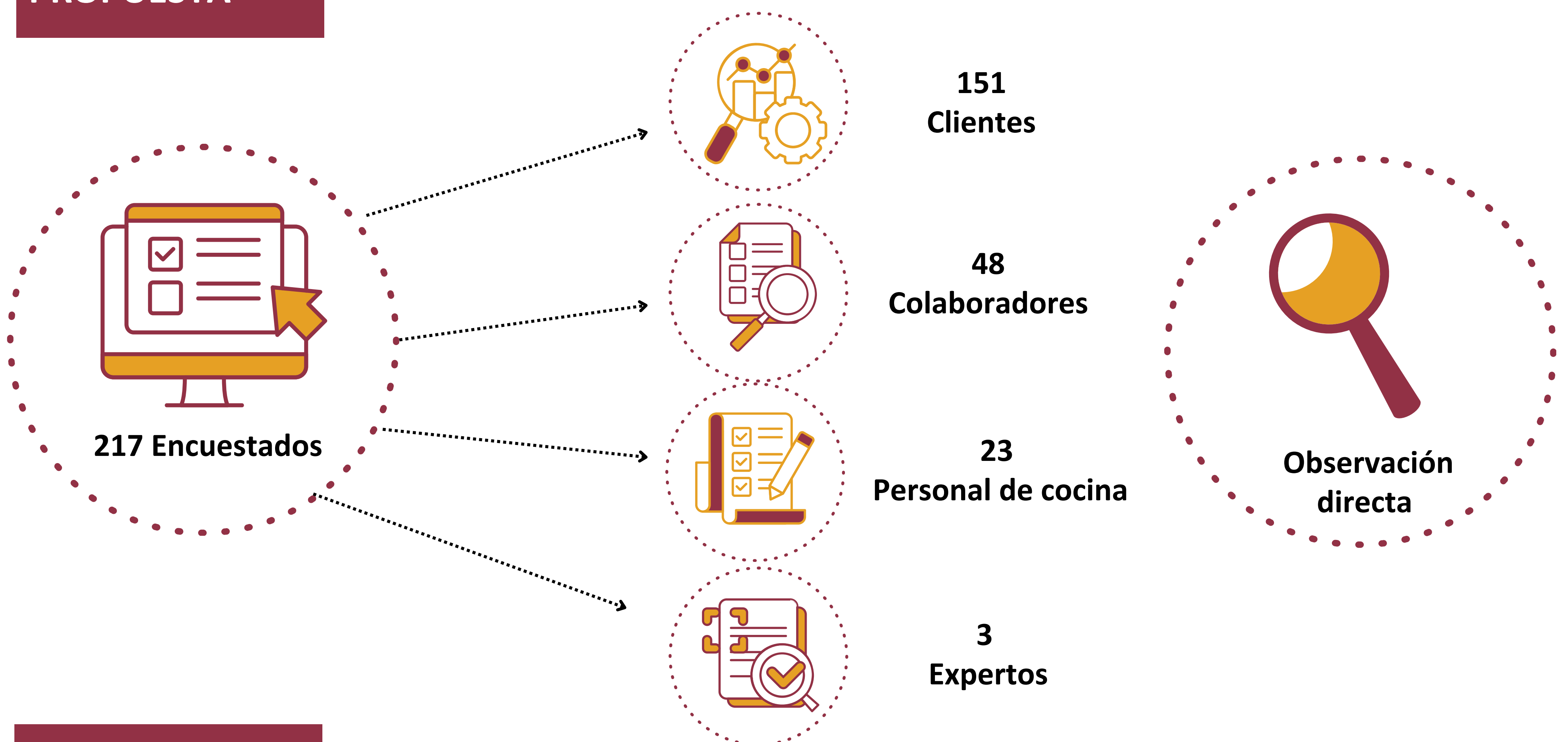
Parrillas al costo (PC), es una cadena de restaurantes con un concepto culinario de carnes al costo que brinda una experiencia gastronómica de primer nivel para el consumidor. A pesar de su éxito, existen productos dentro de los ofertados que tienen una baja demanda por parte del consumidor. Estos productos al ser poco demandados generan diversos inconvenientes para la empresa, desde costos de mantenimiento de inventario y operativos hasta un posible desperdicio de recursos dado que PC se encarga de la producción directa de sus proteínas.



OBJETIVO GENERAL

Desarrollar propuestas estratégicas para los productos de baja demanda mediante un análisis cuantitativo y cualitativo con el fin de que se generen oportunidades de ingresos adicionales para la empresa.

PROPUESTA



RESULTADOS

Encuestas

1. Los clientes valoran la calidad del producto.
2. Los expertos consideraron como clave las redes sociales.
3. Valoración positiva respecto a prácticas sostenibles.



Observaciones

1. Desequilibrio en gestión de inventario.
2. Se han implementado promociones y ajustes de precios.
3. Clientes realizan prácticas sostenibles al pedir recipientes para llevar.



Prototipo: Plan estratégico



CONCLUSIONES

Marketing mixto

La integración de estrategias de marketing digital y tradicional, centradas en resaltar las prácticas sostenibles y la calidad del producto, es una herramienta efectiva para atraer nuevos clientes y fortalecer su fidelización. Al posicionar los valores ambientales como un diferenciador competitivo, el restaurante puede destacar en el mercado.

Rediseño de productos

La reducción de porciones en guarniciones y salsas, junto con el uso de presentaciones más pequeñas, optimiza los recursos del restaurante sin afectar la experiencia del cliente. Esta estrategia facilita un mejor control de inventarios y reduce el desperdicio de alimentos.

Prácticas sostenibles

La producción de biogás a partir de residuos orgánicos es una estrategia viable que no solo contribuye a la reducción de desperdicios, sino que también mejora la imagen del restaurante al alinearse con las tendencias de sostenibilidad del mercado actual.