



PROYECTO RE:FOOD

REPRESENTANTES

- | | | | |
|---|----------------------|---|----------------------|
| 1 | Juan Garcia Cazallas | 3 | Antonio Novés Prieto |
| 2 | Jorge Herrera Martin | 4 | Nicolae Dan |

INDICE

1. Introduccion
2. Encaje Problema & Solucion
3. Motivos de la Investigación
4. Motivos de la Elección
5. Propuesta de Valor
6. Objetivos del Proyecto
7. Cliente Potencial
8. Competencia



INTRODUCCION

La idea de negocio se centra en una plataforma o servicio llamado ReFood, que aprovecha alimentos excedentes o próximos a caducar para ofrecerlos a precios accesibles y de manera sostenible.

PROBLEMA & SOLUCION

PROBLEMA IDENTIFICADO

El desperdicio alimentario en eventos de lujo genera impacto ambiental y social negativo, además de costos innecesarios para organizadores y proveedores.

SOLUCION PROPUESTA

ReFood ofrece una plataforma digital que optimiza la gestión de alimentos, aprovecha excedentes y proporciona métricas de sostenibilidad, reduciendo el desperdicio y fomentando prácticas responsables.

MOTIVOS DE INVESTIGACION

- **Preocupación por el Desperdicio Alimentario:** El desperdicio masivo de alimentos en catering y eventos de lujo representa un grave desafío ambiental, social y económico, lo que resalta la necesidad urgente de encontrar soluciones sostenibles.
- **Creciente Demanda de Soluciones Sostenibles:** Los consumidores y empresas están cada vez más interesados en opciones responsables, especialmente en el sector de la alimentación y la hospitalidad.
- **Oportunidad de Innovación en el Mercado:** Existe una clara brecha en el mercado para herramientas eficaces que gestionen los excedentes de alimentos en eventos, lo que presenta una oportunidad de innovación.

MOTIVOS DE ELECCION

- **Impacto Ambiental y Social:** ReFood ofrece una solución integral al reducir la huella de carbono mediante la gestión de excedentes, y al mismo tiempo, dona alimentos a quienes lo necesitan.
- **Propuesta de Valor Diferenciada:** Además de reducir desperdicios, ReFood educa sobre sostenibilidad, ayudando a las empresas a destacarse por su responsabilidad social.
- **Escalabilidad y Adaptabilidad:** El modelo de ReFood es escalable y adaptable a diferentes mercados y segmentos, lo que permite su expansión más allá del sector de lujo.

PROPUESTA DE VALOR

CLIENTE FINAL

- Conciencia y Responsabilidad Ambiental
- Diferenciación y Atractivo de Marca
- Datos Personalizados sobre el Impacto Ambiental

PROVEEDORES DE SERVICIOS DE CATERING Y RESTAURACIÓN

- Optimización de Recursos y Reducción de Costes Operativos
- Mejora de la Imagen Corporativa y Competitividad
- Herramienta de Gestión Eficaz y Fácil de Implementar

MEDIO AMBIENTE

- Reducción de la Huella de Carbono
- Minimización del Desperdicio Alimentario en Eventos de Lujo
- Impacto Social a Través de la Donación de Excedentes

INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y TRANSPARENCIA EN LA INFORMACIÓN

- Sistema de Monitoreo y Análisis en Tiempo Real
- Transparencia para el Cliente y los Invitados del Evento
- Adaptabilidad a Diferentes Tipos de Eventos y Mercados

SELLO DE CERTIFICACIÓN DE EVENTOS SOSTENIBLES

- Diferenciación y Acreditación de Calidad Ambiental
- Atractivo para el Público Corporativo

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- Reducción del desperdicio alimentario
- Promoción de la sostenibilidad en la industria de eventos
- Generación de impacto social positivo
- Potenciación de economías locales

OBJETIVOS OPERATIVOS

- Desarrollo tecnológico de la plataforma
- Certificación de eventos sostenibles
- Educación y sensibilización de clientes y proveedores
- Creación de alianzas estratégicas

OBJETIVOS A LARGO PLAZO

- Escalabilidad y expansión global
- Contribución a los objetivos de desarrollo sostenible

CLIENTE POTENCIAL

ReFood se enfoca en dos clientes clave: empresas de catering y restauración de lujo que buscan optimizar sus procesos sostenibles, y clientes finales con alto poder adquisitivo interesados en eventos exclusivos y conscientes del impacto ambiental.

Ambos comparten el objetivo de reducir el desperdicio alimentario sin comprometer la calidad, lo que posiciona a ReFood como la solución perfecta para eventos de alto nivel, con gran potencial de adaptación y crecimiento.

MAPA DE EMPATIA

[Pincha aquí.](#)

BUYER PERSONA

[Pincha aquí.](#)

¿Qué piensa y siente?

- Preocupación por el desperdicio de alimentos y gratitud al participar en soluciones sostenibles.
- Aspira a acceder a comida de calidad con un presupuesto limitado.
- Tiene dudas sobre la frescura y seguridad de los alimentos que recibe.

¿Qué oye?

Recomendaciones de conocidos que destacan los beneficios del programa.
Opiniones diversas sobre la calidad y seguridad de los alimentos.
Narrativas que promueven la reducción del desperdicio alimentario como un deber social.

-
-
-

¿Qué ve?

- Campañas sobre reducción del desperdicio alimentario y su impacto social.
- Personas satisfechas en su comunidad que usan este servicio.
- Alternativas en el mercado menos saludables o confiables.

¿Qué dice y hace?

- Habla con su entorno sobre alternativas económicas y sostenibles.
- Recomienda el servicio si tiene una experiencia positiva.
- Pregunta activamente sobre la calidad y origen de los alimentos.

¿Qué le duele?

- La inseguridad de no contar con alimentos frescos y confiables de forma constante.
 - La sensación de dependencia que puede afectar su dignidad.
- El impacto económico de opciones de comida poco saludables o de bajo costo.

¿A qué aspira?

- A tener acceso a alimentos de calidad sin comprometer su presupuesto.
 - A formar parte de una solución sostenible que beneficie a su comunidad y al medio ambiente.
- A sentir tranquilidad y orgullo al usar un servicio confiable y con propósito social.





ALEJANDRO GARCIA

EDAD 25 años

SEXO Hombre

PAÍS España

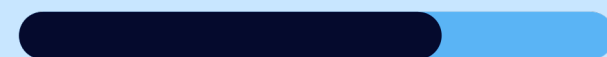
EDUCACIÓN Universidad (ADE)

OCUPACIÓN Camarero

ESTADO CIVIL Soltero

PERSONALIDAD

Creativo Pensativo



Extrovertido Proactivo



BIOGRAFÍA

Alejandro García es un estudiante de último año de Administración y Dirección de Empresas en Ciudad Real. Vive en un piso compartido para reducir gastos y combina sus estudios con un trabajo como camarero en un restaurante de alta cocina, lo que le permite cubrir sus necesidades básicas. Es apasionado por la gastronomía, el deporte al aire libre y la sostenibilidad. Sueña con desarrollar proyectos empresariales que promuevan el consumo responsable y la economía circular.

MOTIVACIONES

- Ahorrar dinero sin sacrificar calidad.
- Apoyar iniciativas sostenibles que tengan impacto social.
- Experimentar con recetas nuevas y aprender sobre la gestión sostenible en la industria alimentaria.

OBJETIVOS

- Terminar la carrera con buen expediente académico.
- Conseguir un puesto en una empresa innovadora con impacto social.
- Aplicar sus conocimientos de sostenibilidad en proyectos propios o de terceros.

GUSTOS Y AFICIONES

Cocinar
Asistir a eventos gastronomicos
Practicar deportes al aire libre
Aprender sostenibilidad
Dibujar

HABILIDAD

Productivo ★★★★★
Curioso ★★★★★
Innovador ★★★★★
Contabilidad ★★★★★

REDES SOCIALES

Activo el Instagram y LinkedIn

MARCAS

Too Good To Go, Ecoembes, ...



COMPETENCIA

COMPETENCIA DIRECTA

- **Too Good To Go:** Plataforma para reducir el desperdicio alimentario mediante la venta de excedentes de restaurantes y supermercados a precios reducidos.
- **Karma:** App que permite a los usuarios comprar excedentes de alimentos de restaurantes y supermercados, promoviendo la sostenibilidad.
- **Olio:** Plataforma de intercambio de alimentos entre vecinos, enfocada en la reducción del desperdicio mediante la solidaridad comunitaria.

[Pincha aquí.](#)

COMPETENCIA INDIRECTA

- **Empresas de Catering Tradicionales:** Servicios de catering que no se enfocan específicamente en la gestión de desperdicios, pero que generan grandes cantidades de excedentes en eventos de lujo.
- **Supermercados con Secciones de Excedentes:** Supermercados como Carrefour o Lidl, que venden productos cercanos a su fecha de caducidad a precios reducidos, aunque no están centrados en eventos o en sostenibilidad específica.

[Pincha aquí.](#)

COMPETENCIA DIRECTA

TOO GOOD TO GO



• MODELO DE NEGOCIO

Los establecimientos se registran en la plataforma y cargan sus excedentes alimentarios, que son comprados por los usuarios a través de la aplicación. Los comercios pagan una comisión por cada transacción realizada.

• VENTAJAS

- Amplia base de usuarios a nivel global.
- Modelo sencillo y fácil de adoptar para comercios de todo tipo.
- Apoyo comunitario en la reducción del desperdicio alimentario.

• DESVENTAJAS

- No se enfoca exclusivamente en eventos de lujo o catering, lo que limita su aplicabilidad en este segmento.

KARMA



• MODELO DE NEGOCIO

Los comercios registran sus excedentes de alimentos, y los consumidores los adquieren mediante la aplicación a precios reducidos.

• VENTAJAS

- Foco en la sostenibilidad, permitiendo a los usuarios conocer el impacto de sus compras.
- Apoya a los comercios en la gestión de excedentes de alimentos de manera eficiente.

• DESVENTAJAS

- No está específicamente orientada a eventos exclusivos ni a la alta cocina.
- No ofrece características adicionales como métricas detalladas de sostenibilidad o la posibilidad de gestionar grandes cantidades de alimentos en eventos.

OLIO



• MODELO DE NEGOCIO

La plataforma es gratuita para los usuarios, pero ofrece opciones de pago para empresas que deseen destacar sus ofertas.

• VENTAJAS

- Fomento de la solidaridad comunitaria y el intercambio local.
- Gran enfoque social, promoviendo el altruismo y la colaboración entre vecinos.

• DESVENTAJAS

- Modelo menos estructurado para la gestión de grandes cantidades de alimentos de eventos.
- No está diseñado para el mercado de lujo ni para la gestión de excedentes en catering y eventos de alto nivel.



COMPETENCIA INDIRECTA

EMPRESAS DE CATERING TRADICIONALES

• MODELO DE NEGOCIO

Los catering tradicionales cobran por los servicios de preparación, distribución y presentación de alimentos en eventos. Sin embargo, el desperdicio de alimentos suele ser una preocupación secundaria, ya que la gestión de excedentes no es una prioridad.

• VENTAJAS

- Experiencia en la gestión de eventos de alto nivel y catering de lujo.
- Capacidad para ofrecer menús exclusivos y personalizados.

• DESVENTAJAS

- Falta de enfoque en la sostenibilidad y el desperdicio alimentario.
- No cuentan con sistemas específicos para la gestión de excedentes de alimentos o para la donación a organizaciones benéficas.

SUPERMERCADOS CON POLITICAS DE DESCUENTO EN EXCEDENTES

• MODELO DE NEGOCIO

Los supermercados venden productos con descuentos a clientes que compran alimentos próximos a su fecha de caducidad. Este modelo está más centrado en la venta al por menor y no en el servicio a eventos.

• VENTAJAS

- Amplia cobertura de productos y disponibilidad.
- Sistema sencillo para los consumidores.

• DESVENTAJAS

- No aplicable a eventos de lujo ni catering.
- No hay un enfoque específico en la reducción del desperdicio alimentario en grandes eventos o en la optimización de excedentes de alimentos.



CONCLUSION

ReFood es una solución innovadora que revoluciona la gestión de desperdicio alimentario en eventos de lujo, combinando sostenibilidad, tecnología y responsabilidad social. Al optimizar el uso de excedentes y promover el consumo responsable, **ReFood** no solo reduce el impacto ambiental, sino que también apoya a comunidades necesitadas a través de donaciones.



GRACIAS