



Somos FOOD LIFE una empresa que ofrece suscripciones de comidas mensuales, semanales y diarias de kilómetro 0. Ofrecemos menús que se adaptan a diferentes tipos de dietas. Además somos una empresa sostenible ya que utilizamos envases de plástico y realizamos el servicio a domicilio mediante un transporte sostenible.

Con nuestro trabajo contribuimos a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):



¿Qué necesidades cubren nuestros menús?

- Comer sano, rápido y en cualquier ubicación.
- Ahorro de tiempo para el cliente.
- Repercusión positiva en el medio ambiente: utilizamos materia prima de kilómetro cero y envases y transporte sostenibles.

**Somos un equipo de jóvenes entregados a mejorar la calidad de vida y frenar el cambio climático.**

## ÍNDICE

1. DESCRIPCIÓN BREVE DE LA IDEA
2. ESTUDIO DE MERCADO Y PROBLEMAS DETECTADOS
3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA Y VALOR DIFERENCIAL
4. NECESIDAD QUE CUBRE NUESTRA IDEA
5. MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA
6. MARCA Y LOGOTIPO, VÍDEO PRESENTACIÓN
7. ADECUACIÓN DE LOS PERFILES E INTEGRANTES DEL GRUPO
8. DAFO

## 1. DESCRIPCIÓN BREVE DE LA IDEA.

Después de varios estudios acerca del medioambiente y de la forma de vida de los españoles ( ambas preocupantes ), llegamos a la conclusión de que era necesario **innovar una idea de mercado que agrupa la alimentación, el tiempo y mejoras ambientales**. Esta idea surge tras la estresante tarea de comparar, pensar y realizar los desayunos, comidas y cenas de un núcleo familiar (o de manera individual) cada día de la semana. Asimismo, consideramos que el cliente potencial desee recurrir a este servicio en días sueltos o fines de semana, porque quiera descansar y disfrutar de una buena alimentación a un precio justo.

Por tanto nuestro valor añadido y diferencial que ofrecemos son menús diarios, semanales, de fines de semana por suscripción que ayudan a la disminución de estrés y tiempo semanal, diario o mensual de los clientes, además de una mejora en su alimentación ( ya que contamos con alimentos kilómetro cero y naturales ) contando con unos envases y distribución respetables con el planeta .

## 2. ESTUDIO DE MERCADO Y PROBLEMAS DETECTADOS.

PROBLEMAS DETECTADOS:

(<https://marketingpararestaurantes.co/por-que-pedimos-a-domicilio/>)

Hemos detectado en la **sociedad un problema muy claro** que desemboca en más problemas, estos son, **la falta de tiempo de las familias, las diferentes necesidades alimenticias que tienen personas de las misma casa**, como por ejemplo personas a dieta, gente con intolerancias, gustos diferentes, falta de ganas para cocinar o pensar en las comidas diarias.

<https://www.diegocoquillat.com/nuevas-tendencias-en-reparto-de-comida-a-domicilio-para-2023/>



Al momento de preguntar a una persona el por qué pide a domicilio la respuesta más frecuente es: “porque tengo hambre”. Aunque la respuesta no responde correctamente a la pregunta, la necesidad de comer es el origen del acto de comprar a domicilio, este comportamiento podría ser explicado con las necesidades humanas que encontramos en la pirámide de Maslow. La teoría explica que, al suplir las necesidades básicas, el ser humano desarrolla necesidades y deseos más elevados; estas necesidades humanas empiezan por necesidades fisiológicas entre ellas comer, debemos indagar un poco más y entender que el acto de pedir a domicilio no tiene solo que ver con factores fisiológicos sino también psicológicos, que se pueden encontrar en el top de la pirámide de Maslow. Por lo tanto, sean fisiológicas o psicológicas, muchas de las necesidades que propone Maslow se reflejan en comportamientos de compra en la industria gastronómica.

Sabemos lo importante que es este problema que afecta a las personas, pero hay otro que afecta a todos por igual, en cualquier parte del planeta y no solo a las personas que existen hoy, si no a las que vendrán después, y este es el cambio climático.

Además el “delivery” crece un 80% en los últimos 3 años y representa ya el 7% del total del gasto en restauración en España, con 400 millones de pedidos registrados al año. (02082022).

***Desde nuestra empresa queremos aportar nuestro granito de arena, y lo haremos con ayuda de envases sostenibles, comida de kilómetro 0, entregar la comida utilizaremos solo transportes que no dañen al medio ambiente, como bicicletas, patinetes eléctricos...***

### 3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA Y VALOR DIFERENCIAL

En torno a la competencia:

Al ser una empresa nueva y jugar en un terreno ya tan visibilizado nos encontramos con numerosas ventajas e inconvenientes.

- La competencia es muy amplia, además de que cuentan con clientes fidelizados y mucha notoriedad, tienen su segmento de mercado muy marcado.
- Al ser a domicilio necesitamos repartidores , estos tienen una tarea muy estresante y poco valorada, para poder contar con repartidores satisfechos necesitaremos muchos.
- Coste considerado en el espacio web habilitado para que los clientes puedan realizar en ella los pedidos, pasarela de pago, consultas dudas , objeciones...

<https://freefood.es/> <https://www.miplato.es/>

EMPRESAS	SERVICIOS QUE OFRECE Y VALORES	VALOR DIFERENCIAL
<a href="https://wonderfood.bio/">https://wonderfood.bio/</a>	<p><b>Servicios</b> -Menús con más de 25 platos a elegir</p> <p><b>Valores</b> -Salud -Calidad -Profesionalidad</p> <p>Precios de la suscripción: 6 Platos:47,95€(7,99€ por plato) 8 Platos:58,32€(7,29€ por plato) 10 Platos:69,50€(6,95€ por plato)</p>	<p>-PRECIO MÁS BAJO -SERVICIO ATENCIÓN 24H</p> <p>-Esta empresa ofrece una estrategia funcional ya que optimiza sus recursos para realizar sus acciones que son claramente diferenciales al resto y ofrece varios planes en los cuales incluyen platos con comida de kilómetro 0 , sin pesticidas, químicos y OMGs.</p>
<a href="https://tiataper.com/">https://tiataper.com/</a>	<p><b>Servicios</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cocinan en tu casa y/ en su local</li> <li>- Crean dietas médicas y realizan eventos</li> </ul> <p><b>Valores</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Competitividad</li> <li>- Pasión</li> <li>- Calidad</li> </ul> <p><b>Precios de la suscripción en tu casa 59€</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- + ticket de la compra de los ingredientes , 5</li> </ul>	<p>-PERSONALIZACIÓN -DISPONIBILIDAD -SOSTENIBILIDAD -KILÓMETRO 0</p> <p>- Esta empresa ofrece una estrategia funcional , ya que optimiza sus recursos para realizar sus acciones , que son claramente diferenciales al resto, además de una estrategia de crecimiento , que significa ser una</p>

	<p>platos de nuestra lista 6 raciones de cada plato, Incluye: 3 horas de cocinado a domicilio, envasado, recogida y limpieza de cocina. No incluye tappers.</p> <p><b>En nuestro obrador 69 €</b> 6 raciones de cada plato Disponible en Valencia y área metropolitana * Consultar otras zonas 3 horas de cocinado y envasado. Incluye: tapers necesarios para envasado, entrega en domicilio. No incluye: entrega a domicilio fuera de Valencia y área metropolitana Localización Carrer Chulilla, 27, 46160 Valencia</p> <p><b>Dietas médicas</b> Nuestra Dietista puede prepararse una dieta acorde a tus necesidades</p> <p><b>Eventos Desde: 250€</b> Selecciona tus aperitivos y platos favoritos y diseña tu propio menú según tu evento Disponible en Valencia y Provincia.</p>	<p>competitividad única , con dichos servicios exclusivos añadiendo un apartado donde elegir una cesta de regalos</p>
--	---	---

<p><a href="https://www.miplato.es/">https://www.miplato.es/</a></p>	<p><b>Servicios</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Bajos en calorías</li> <li>● Bajos en carbohidratos</li> <li>● Cenas</li> <li>● Oficinas</li> <li>● En mi peso</li> <li>● Para bajar de colesterol</li> <li>● Para deportistas</li> <li>● Para mayores</li> <li>● para embarazadas</li> <li>● para singles</li> <li>● sin gluten</li> <li>● Veganos</li> </ul> <p><b>Valores</b></p> <p><b>Sabor:</b> Su oferta gastronómica es tradicional, seleccionados una colección de recetas para sus clientes de la mejor cocina casera.</p> <p><b>Salud:</b> Un plato puede ser saludable y rico a la vez.</p> <p><b>Precios:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Bajos en carbohidratos: 102€ 14 platos</li> <li>● 150€ 21 platos</li> <li>● Cenas: 30,95-133,96€</li> <li>● Oficinas: 25,18€-130,30€</li> <li>● En mi peso:83,65€-149,20 €</li> <li>● Para bajar de colesterol:93,40€-147,45€</li> <li>● Para deportistas:93,10€-141,98€</li> </ul>	<p>Nos diferenciamos con comida de kilómetro 0, nuestra oferta gastronómica es de comidas variadas ya sean tradicionales, asiáticas,pokes...</p> <p>No tenemos suscripciones tan variadas pero ofrecemos unos precios más asequibles.</p>
--	--	---



alimentaria, comidas saludables y nutritivas como, comidas mediterráneas, asiáticas, pokes... Y productos de kilómetro 0.

Además de cada día donar a comedores sociales el exceso en buen estado.

## 5. MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA.

-MISIÓN: Ofrecemos suscripciones de comida diaria, semanal y mensual, envases sostenibles, comida de kilómetro 0, entregar la comida mediante transportes que no dañen el medio ambiente y adaptarnos a cada cliente ofreciendo un servicio personalizado. Nuestros ODS se basan en unos objetivos como es:

En poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición, y promover la agricultura sostenible.

Este objetivo consiste en garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.

Fomentar hábitos de producción y consumo sostenible entre los empleados/as.

Difusión de buenas prácticas ambientales.

-VISIÓN: Llegar a ser líderes en el sector de suscripciones de comida, poder conseguir una expansión a nivel nacional tanto física como online.



## 6. MARCA, LOGOTIPO Y VIDEO PRESENTACIÓN.

-MARCA:

Hemos escogido el nombre “Food Life” ya que va asociado a la comida saludable y queremos inculcar un estilo de vida ecológico en la sociedad con la ayuda de vosotros.

-LOGOTIPO:



-VIDEO PRESENTACIÓN:

[https://www.canva.com/design/DAFTbOX7eAQ/z3nFQkwzWwSbcGSbi7dRwQ/watch?utm\\_content=DAFTbOX7eAQ&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link&utm\\_source=publishsharelink](https://www.canva.com/design/DAFTbOX7eAQ/z3nFQkwzWwSbcGSbi7dRwQ/watch?utm_content=DAFTbOX7eAQ&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=publishsharelink)

## **BENEFICIOS QUE APORTA.**

Estudiando el servicio que queremos aportar a la sociedad encontramos numerosos beneficios:

- Ahorro de tiempo debido a menos horas haciendo la compra en el supermercado, cocinando y limpiando.
- Concienciación con el medioambiente porque nos preocupamos por el planeta y tratamos de ser ecológicos con la elaboración y transporte de los productos de kilómetro 0.
- Adaptación a los diferentes segmentos de clientes (Veganos, celíacos, dietas bajas en calorías, etc.)
- Apoyo a la filosofía “slow food” haciendo referencia al producto local y de kilómetro 0.
- Gracias a este servicio tienes más tiempo para ti.

- Mayor organización y ahorro de tiempo a la hora de escoger las comidas, ya que es costoso decidir que cocinar y organizar las comidas semanalmente.
- Mejora en el nivel de vida, gracias a nuestros menús saludables conseguirás sentirte mejor desde la primera semana.
- Eliminamos el desperdicio de comida, nuestros menús se guardan en tupperes completamente reciclables de manera que no se perderá la comida.
- Consigues el poder de controlar tu propia evolución gracias a nuestros menús hechos para ti.
- Combatimos el desperdicio de alimentos, ya que donaremos a comedores sociales el exceso en buen estado.

## 7. ADECUACIÓN DE LOS PERFILES.

Somos 5 estudiantes de grado medio de actividades comerciales y todos nosotros compartimos una característica en común y es la preocupación por la salud del planeta tierra y de los seres humanos, por ello hemos creado esta idea de negocio llamada **“Food Life”** que se centra en el cuidado del planeta tierra y del ser humano.

Otro motivo por el cual hemos creado **“Food Life”** es porque queremos presentar a nuestros clientes una idea de comida de kilómetro 0 con envases totalmente sostenibles, son envases reciclados y reutilizables.

Os presentamos a los miembros del proyecto con las características que destacan de cada uno:



-Ángel: Es la mente ambiciosa. Aporta al equipo nuevos objetivos que permiten nuestro desarrollo como empresa. Es una persona persistente que nunca se rinde, se fija unas metas y unos objetivos muy altos y no para hasta conseguirlos



-Laura: Es una mente extrovertida y empática. Es una chica que se comunica con las personas con mucha facilidad ya que se adapta a cada persona y su entorno. Al ser empática sabe reconocer la necesidades de las personas y en el momento que lo necesitan.



-Ivayla: Es la mente creativa ya que nos aporta ideas nuevas constantemente. Sabe analizar los problemas del entorno y crear soluciones.



-Miguel: Es la mente innovadora ya que aporta ideas nuevas con mejoras. Transmite ilusión, ya que nos aporta mejoras en el equipo y añade sentido a la idea.



-Sonsoles: Es la mente entusiasta, es una chica que transmite utilidad y entusiasmo para el proyecto. Tiene una gran capacidad de liderazgo y compromiso.

## 8. DAFO

<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Una de nuestras debilidades es que somos nuevos en el mercado y no somos tan conocidos como otras empresas de comida para llevar.	Hay muchas empresas en Valencia con servicios muy similares a los nuestros y que son más conocidos que nosotros ya que llevan mucho más tiempo.
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
Tenemos variedades de comidas, menús y suscripciones a medida de los clientes con unos precios muy asequibles para nuestros clientes.	No hay mucha competencia en el barrio que nos localizamos y no ofrecen suscripciones ya que somos los pioneros en ofrecer este tipo de servicio en Valencia.