

Propuesta de valor

	ÍNDICE 1. Presentación de la idea de negocio 2. Estudios de mercado 3. Análisis de la competencia y en qué nos diferenciamos 4. Necesidades que resuelve nuestro producto 5. Dónde encontrar nuestro producto 6. Marca y logo 7. Beneficios de la venta de alimentos imperfectos 8. Misión y visión 9. Adecuación de los perfiles 10. Vídeo presentación 11. Partes de nuestro local 12. Precio 13. Redes sociales 14. DAFO 15. Integrantes del grupo
--	--

1. Presentación de la idea de negocio

Desde pequeños hemos visto cómo se desperdiciaban alimentos en perfecto estado para el consumo humano por nada más que su aspecto o su fecha de consumo preferente. Esa es la razón por la que en ReFood queremos darle una oportunidad a esos productos, para reducir el desperdicio de comida, no solo en las familias sino también en los comercios y empresas multinacionales.

Somos ReFood, un espacio de venta que se ocupa de vender productos de primera necesidad sin perder calidad y sin juzgar el aspecto de estos, brindando opciones económicas y sostenibles para todos y contribuyendo a la reducción del desperdicio de productos cotidianos como comida, bebida, higiene personal y de limpieza.

También venderemos productos con un cambio de diseño, es decir si una botella de agua de una marca antes tenía el tapón azul claro y después cambiaron su diseño y pasó a ser un tapón de color azul oscuro, todas las botellas que tenían con el tapón azul claro ya no se podrían vender ya que no tienen el mismo diseño. En este caso nosotros compraremos todas esas botellas de agua que ellos no puedan vender, y evitar así que estos productos se tiren a la basura.

Nuestra función principal es contactar directamente con los agricultores e industrias valencianas para que nos proporcionen esos productos que no cumplen las medidas estéticas o han cambiado de diseño o formato y no pueden ser vendidos a los grandes supermercados y también nos proporcionan esos productos que ya han superado la fecha de consumo preferente.

Al evitar el desperdicio de alimentos, estamos fomentando una **economía circular** ya que utilizamos los alimentos que no se venden en otros comercios y nosotros le damos una segunda vida. Contamos con una página web y una tienda física. Finalmente colaboraremos con bancos de alimentos o comedores sociales para donar alimentos. Siempre intentaremos vender nuestro producto aunque sea a un precio bastante menor para que todas las personas tengan el derecho de comprar alimentos sin importar su aspecto y sin mirar los precios, pero en el caso que no podamos vender un alimento será regalado a los agricultores que nos hayan dado sus frutas y verduras imperfectas para que lo aprovechen como repostaje.

2. Estudios de mercado

Después de investigar cuantos kilos de comida se desperdician al año en España, y encontrar este problema social, se nos ha ocurrido la idea, de crear un negocio, para combatir contra este desperdicio de comida.



Según estudios de mercado, hemos encontrado estos datos:

- Cada español tira a la basura una media de 72 kilos de alimentos al año.
- A nivel mundial se desperdician 1.000 millones de comidas diarias y al mismo tiempo 783 millones de personas pasan hambre
- Más de un tercio de todos los alimentos producidos en el mundo **terminan en la basura**. Al mismo tiempo, casi **800 millones** de personas en todo el mundo pasan **hambre** cada noche
- Cada familia española tira a la basura todos los años **250 euros de comida**. Es un dato facilitado por la Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios (Hispacoop).

Tal y como indican estos datos, se desperdicia mucha más comida de la que se debería de desperdiciar. Solo en España la producción de alimentos y hortalizas se situó en **26,8 millones de toneladas**, de las cuales 1,17 se desperdiciaron (en 2022-2023).

Por eso, en ReFood hemos investigado cómo bajar esa gran cantidad y dar solución a ese problema.

Nos pusimos a trabajar, y nos dimos cuenta de la gran cantidad de alimentos que se desperdician al año. Descubrimos también que casi todos los supermercados, no aceptan comida con algún error o algún desperfecto, y que estos si bien son frutas o verduras los usan como abono, o si son cualquier tipo de envases con errores, no los venden. También existe la opción de que el producto esté a punto de caducar, y que los supermercados lo vendan solo los sábados por la tarde, en cambio nosotros los vendemos todos los días. Por otra parte, si una empresa cambia el diseño de un producto, (Una marca de botellas de

agua cambia el color del tapón de azul claro a azul oscuro), todas las unidades que tengan el diseño antiguo, no se van a poder vender.

Otro problema que encontramos en la sociedad, es el gran coste de hacer la compra en España en los últimos años. Todo el mundo necesita hacer la compra, pero los precios son cada vez más elevados. Por eso, todos los productos que vendamos, tendrán un precio más asequible para todos. Que los precios sean más bajos, no significa que nuestros productos sean de menos calidad, solo que estéticamente, no son aceptados, o están a punto de caducar (pero no caducados).

Por eso, nuestra idea, es crear una cadena de supermercados, en la que se vendan todo tipo de productos rechazados por las grandes empresas.

Este, nuestro supermercado, es perfecto para familias numerosas, jóvenes y para personas que quieran comer alimentos de calidad y a buen precio.

3. Análisis de la competencia y en qué nos diferenciamos

Nuestra competencia principal son los supermercados que se dedican a vender productos alimentarios que han perdido valor para los grandes supermercados ya sea por fecha de caducidad próxima o mera cuestión estética, y los venden a precio reducido para no desecharlos. Nosotros a diferencia de estos supermercados vendemos alimentos que están a punto de llegar a su fecha de caducidad a precio reducido durante toda la semana, pues es a lo que nuestra empresa se dedica.

Sqrups: Sqrups es nuestra principal competencia. Se dedica a vender productos con un envase descatalogado, es decir, si un producto cambia de diseño, todos los artículos que se han producido con el antiguo diseño, no van a ser vendidos por esa propia marca, por lo tanto, Sqrups, rescata esas unidades y procede a su posterior venta.

En qué nos diferenciamos: En Reefod, además de vender esos productos con diseño descatalogado, también ofrecemos una gran variedad de fruta y verdura (a un precio más que razonable) que otros supermercados rechazan solo por su forma, tamaño...

4. Necesidades que resuelve nuestro producto

Nuestro producto cubre las siguientes necesidades:

- **Apoyo al comercio local**
Contribuimos con diferentes empresas de nuestra localidad para obtener diferentes productos dependiendo de la empresa. Al conseguir productos de empresas de cercanía, reducimos la huella de carbono y la ecológica.
- **Reducimos el hambre en el mundo:**

Facilitamos una mejor alimentación a un precio más asequible para todas las personas, asimismo donamos productos a bancos de alimentos para los más necesitados.

- **Reduce el desperdicio de productos básicos:**

Rescatando todo tipo de productos que los supermercados rechazan, logramos disminuir el desperdicio de los productos básicos

- **Aumentamos la salud y el bienestar:** Vendemos productos mayormente frescos, locales, naturales y de alta calidad a precios accesibles que son beneficiosos para nuestra salud

- **Cuidamos el planeta:** No utilizamos ningún tipo de envase plástico, la mayoría de productos se venden a granel.

- **Que nos hace diferentes como supermercado:**

1. Reducimos el plástico
2. Reducimos el desperdicio de comida
3. Somos un supermercado innovador

5. Dónde encontrar nuestro local

Nuestro local podrá encontrarse en el barrio de Orriols, Valencia. Donde encontrarán nuestros productos. También se podrán encontrar en nuestra página web donde los clientes tendrán acceso a todo nuestro catálogo de productos y seleccionar los que más les guste.

6. Logo



7. Beneficios de la venta de alimentos imperfectos

Nuestro negocio tiene el objetivo de darle una oportunidad a los alimentos imperfectos, y a aquellos que por cambiar de envase o formato se retiran del mercado estando en perfecto

estado pero... ¿Por qué? Aquí hay algunas razones por las cuales hemos decidido hacer esto.



- Menos desperdicio alimentario. Los alimentos que vendemos iban a ser tirados llegada su fecha de caducidad y/o pasada la fecha de consumo preferente. Nosotros al venderlos evitamos esto ya que ahora los alimentos serán consumidos en vez de ser tirados a la basura, así reduciendo las cifras de desperdicio alimentario.

- Bajo precio. Hay muchas familias que no pueden permitirse comprar los alimentos en grandes supermercados debido a los precios que crecen constantemente. Nuestros productos están rebajados hasta al 50%, por lo que las personas en una situación económica ajustada pueden permitirse comprar nuestros alimentos de calidad sin necesidad de entrar en una situación de riesgo.

8. Misión y visión

Misión:

Comer sano no tiene precio y menos aún cuando hablamos de Refood donde creamos compromisos con lo que más importa. Por esta razón nuestra misión consta de 3 grandes objetivos: En primer lugar reducir el desperdicio de comida a nivel global gracias a las alianzas clave con empresas de comida valencianas, a las cuales les compraremos los alimentos a un reducido precio en comparación al original, así comprometiéndonos con la gente y dando una total transparencia de nuestras acciones medioambientales.

En segundo lugar Refood quiere demostrar que comer sano es un objetivo asequible independiente a la situación económica, así pues por un lado nuestros productos ostentan un precio más reducido que nuestra competencia, y por otro lado nos comprometemos con países en situación de pobreza a enviar comida para disminuir el hambre en el mundo.

Seguidamente Refood abordará un tercer aspecto, apostaremos por un modelo empresarial basado en una economía circular apoyada por productos de kilómetro cero.

En conclusión, ReFood transforma el desperdicio alimentario en oportunidades, ofreciendo productos de calidad a precios accesibles y contribuyendo a un futuro más sostenible.

Por esta razón nuestros principales ODS serían:



Visión

En ReFood aspiramos a transformar el consumo hacia un modelo sostenible y justo, donde cada elección contribuya al bienestar del planeta. Con esta visión, buscamos ser el referente en la lucha contra el desperdicio alimentario, transformando la forma en la que consumimos y valoramos los alimentos. Creando una red de tiendas por todo el país, ofreciendo una alternativa de compra sostenible y accesible para millones de personas.

Pero cómo lo conseguiremos?

En primer lugar, apoyar la agricultura regenerativa, colaborando con agricultores locales que usan prácticas sostenibles para mejorar la biodiversidad y captar carbono.

En segundo lugar, promover productos reutilizables y ecológicos, como envases y bolsas, para reducir el uso de plásticos de un solo uso en todas nuestras tiendas.

Además, trabajamos para convertirnos en una empresa con huella de carbono cero, utilizando energía 100 % renovable y optimizando nuestra logística para reducir emisiones.

Finalmente, apostamos por granjas verticales en tiendas urbanas, cultivando productos frescos en el punto de venta y minimizando la necesidad de transporte. También reinvertimos en comunidades agrícolas vulnerables, promoviendo prácticas sostenibles y mejorando el acceso a alimentos frescos.

Refood busca, así, posicionarse como una cadena de supermercados sostenibles a nivel mundial, con un impacto positivo en cada comunidad.

Valores

1. Sostenibilidad y Responsabilidad Ambiental
Creemos en proteger el planeta a través de prácticas responsables, como el uso de productos de kilómetro cero, envases reutilizables y energías renovables. Cada acción cuenta para reducir nuestro impacto ambiental y construir un futuro más limpio.
2. Compromiso Social y Transparencia
Estamos comprometidos con las comunidades locales, apoyando a agricultores y

contribuyendo a reducir el hambre en el mundo. Además, actuamos con total transparencia en nuestras acciones sociales y medioambientales, generando confianza y construyendo relaciones sólidas.

3. Salud y Bienestar

Promovemos una alimentación saludable y accesible, ofreciendo productos frescos, naturales y de alta calidad que contribuyen al bienestar físico y mental de nuestros clientes.

4. Calidad e Innovación

Nos esforzamos por mantener los estándares más altos en calidad e implementamos soluciones creativas y tecnológicas, para mejorar la experiencia de nuestros consumidores y el impacto positivo de nuestra empresa.

5. Colaboración y Apoyo Local

Valoramos el trabajo en equipo y la colaboración con nuestros empleados, socios locales y clientes. Apoyamos a la economía local comprando directamente a agricultores y productores cercanos, fortaleciendo las comunidades donde operamos.

9. Adecuación de los perfiles

ReFood está formado por cuatro estudiantes de bachillerato que desde pequeños han vivido en Valencia, donde cuando paseaban por la huerta presenciaron cómo los agricultores, quienes habían trabajado duramente en su producto tenían que deshacerse de él por no cumplir los estándares demandados por los supermercados. Así fue como salió nuestra idea de negocio. Desde pequeños hemos vivido esta situación y concienciados con el desperdicio de alimento y contaminación que supone desechar tanta cantidad de comida hemos optado por crear **ReFood**, la cual está compuesta por:

Joel: Perfil analítico. Es una persona con una alta atención que se centra en los detalles, un componente importante para el equipo por su perfeccionismo y su constante revisión para solucionar posibles errores que los demás hemos pasado por alto.

Gerard: Perfil idealista: es un componente del equipo con una gran capacidad imaginativa, es capaz de visualizar todos los escenarios posibles para nuestra empresa, aparte, cabe destacar su constancia y sus ganas de mejorar tanto él como la empresa.

Joan : Perfil competitivo: Joan es una persona con ganas de ganar, posee un buen ritmo de trabajo y le gusta arriesgar es un importante componente en el equipo ya que aporta nuevos puntos de vista y soluciona las flaquezas de la empresa.

Marc: Perfil comunicativo. Es una persona con una buena comunicación, dando pie a un buen ambiente de trabajo entre los componentes del equipo, además de ser claro y conciso con sus sugerencias, y de tener una gran capacidad para hablar en público.

10. Vídeo presentación

<https://youtu.be/Vyvhda89wic>

11. Nuestro local

Nuestro comercio está enfocado a la reducción de plásticos en el planeta y por eso no contamos con ningún tipo de envase plástico, los productos que vendemos no tienen ningún tipo de envoltorio plástico, por lo tanto la gran mayoría se venden a granel, en grandes recipientes de cristal dándole la posibilidad al cliente de llevarse lo que necesite y así reduciendo el desperdicio de comida ya que el cliente compra lo que necesita y no le sobrará alimentos. En cada recipiente habrá un cartel donde ponga el precio del producto por kg/g.

Ubicación: Está ubicado en el barrio de Rascanya en el distrito de Orriols porque es una zona muy accesible por el transporte público y también por la gran facilidad de que accedan los camiones de transporte de nuestros proveedores, en esta zona hay muchos habitantes concienciados sobre el desperdicio de alimentos y no hay ningún comercio que apoye este problema.

Distribución: Tiene pasillos muy grandes para que las personas puedan circular sin entorpecerse entre ellas y a la vez para que haya espacio suficiente entre productos. Cada tipo de producto está en una estantería diferente, están los productos de higiene personal, limpieza, alimentos, bebidas y ninguno de estos productos tiene algún tipo de envoltorio plástico. También hay una zona aparte para que los clientes aporten su granito de arena ayudándonos con la donación a los bancos de alimentos.



12. Precio

Vendemos los productos que los supermercados tradicionales ya no pueden vender debido a que la fecha de consumo preferente ha vencido, las etiquetas han cambiado o los envases se han sustituido por otros. Los productos que vendemos todavía son comestibles y/o están en buen estado y por eso tienen un precio más asequible. Los clientes habituales son reconocidos con descuentos adicionales junto también a los consumidores que compren grandes cantidades, les damos cupones con descuentos para incentivar a que vengan a comprar.

Como muchos de nuestros productos están a punto de caducar no podemos permitirnos tenerlos mucho tiempo en las estanterías así que estos productos los rebajamos cada día

un poco más para incentivar su compra con los precios bajos. Cada semana introducimos novedades y no siempre ofrecemos lo mismo, depende de las partidas que nos suministren. Además, nuestra tienda una hora antes de cerrar algunos productos son bajados de precio, estas ofertas de última hora solo están disponibles la última hora de cada día y no siempre son los mismos productos, es decir, suelen ir variando.

13. Redes sociales

Creamos redes sociales para buscar a creadores de contenido relacionados con la comida (cocineros o nutricionistas), con los que quieran contribuir en el medio ambiente, con la reducción de comida desechada y en la caridad.

Principalmente empezamos con tik tok instagram y X.

En tik tok subimos videos de como se hace nuestro trabajo, el proceso de preparación y al final de cada día subimos un video con las valoraciones de los clientes a los que le hayan llegado nuestro producto ese día.

En instagram subimos fotos de nuestros productos, resubimos los videos de tik tok y anunciamos nuestros eventos y promociones.

En X subimos noticias sobre nuestra empresa, las promociones y los eventos, y también novedades sobre el desperdicio de alimentos.

En todas nuestras redes sociales pueden escribir en comentarios cualquier duda y nosotros les responderemos, también pueden escribirnos directamente a nuestro gmail para consultarnos lo que quieran y nosotros responderemos lo antes posible para mostrar nuestro compromiso con los clientes y así estén satisfechos y comprar nuestros productos sin ninguna duda.

En todas las redes nos llamaremos @refood para encontrarnos más fácilmente y en gmail nos pueden escribir a refood@gmail.com



14. DAFO

Hemos realizado un análisis de situación, para así poder analizar nuestras debilidades y fortalezas, (internas) y las amenazas y oportunidades (externas) que tenemos.

Debilidades:

- Somos una empresa poco conocida.
- Falta de experiencia.

Amenazas:

- En este sector, hay mucha competencia.
- Otras marcas o empresas con productos sustituibles.
- Dependemos únicamente de lo que los otros supermercados no quieren y de otros proveedores que no logran vender sus productos.

Fortalezas:

- Venta y compra de productos locales.
- Somos una empresa sostenible.
- Nos hemos movido por las redes para darnos a conocer.

Oportunidades:

- La sociedad está concienciada con el medio ambiente.
- Proveedores o marcas con los que es posible colaborar.
- Concienciación de las personas para mejorar el medio ambiente.

15. Integrantes del grupo

Joel

Marc

Gerard

Joan

