

CASO PRÁCTICO

RESQ CLUB



Nombre de la empresa

RESQ Club

Categoría

Reducción del desperdicio alimentario / Mercado digital

Ubicación

Helsinki, Finlandia

Página web

<https://www.resq-club.com/>

* Nota sobre la prevención de residuos: Imprima este documento en escala de grises o en blanco y negro, en lugar de a color. Imprima a doble cara (dúplex) y, si es posible, varias diapositivas o páginas en una sola hoja.

«Lucha contra el desperdicio alimentario mediante la redistribución de los excedentes de alimentos».

www.start-dsp.eu

This resource is licensed
under CC BY 4.0



Co-funded by
the European Union



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or Deutscher Akademischer Austauschdienst e.V., Nationale Agentur für Erasmus+ Hochschulzusammenarbeit. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



Introducción y origen

El RESQ Club fue fundado en Finlandia en 2015 por Jaakko Nevanperä con el objetivo de hacer frente al problema de las grandes cantidades de alimentos aún aptos para el consumo que se desechan a diario en restaurantes, cafeterías, hoteles y comercios minoristas de alimentación. El fundador se dio cuenta de que gran parte de este desperdicio no se debía a una mala calidad, sino a errores de previsión, fluctuaciones en la demanda y procesos operativos rígidos en el sector de la restauración. Al mismo tiempo, los consumidores buscaban ofertas gastronómicas más asequibles y alternativas respetuosas con el medio ambiente. Para subsanar esta discrepancia, RESQ Club desarrolló un mercado digital móvil a través del cual los establecimientos de restauración pueden vender a los consumidores cercanos las comidas y productos sobrantes a precios reducidos. Esta solución, sencilla pero escalable, transformó el desperdicio alimentario de una carga económica en un recurso aprovechable, sentando así las bases para que el RESQ Club se convirtiera en una de las plataformas líderes en la reducción del desperdicio alimentario en Europa.



Bootstrapping creativo: la creación de un movimiento comunitario

En su fase inicial, el RESQ Club apostó más por la participación de la comunidad que por grandes inversiones en marketing. El crecimiento se impulsó mediante el contacto directo con restaurantes locales, colaboraciones con los ayuntamientos y el boca a boca entre los consumidores comprometidos con el medio ambiente. La plataforma no solo se posicionó como una aplicación de descuentos, sino como un movimiento impulsado por la comunidad que permitía a empresas y particulares participar en la reducción de residuos. Los mensajes se centraban en la responsabilidad compartida y en la influencia en la vida cotidiana, destacando que pequeñas acciones, como la compra de restos de comida, pueden, en conjunto, provocar un cambio ecológico significativo. Este enfoque orientado a la comunidad refleja los resultados de investigaciones según las cuales las empresas con una misión concreta cobran impulso de forma más eficaz cuando los usuarios se sienten personalmente involucrados en la solución del problema (Dapena-Barón et al., 2022).

Primeros éxitos y conclusiones sobre el crecimiento

El crecimiento de RESQ Club se aceleró cuando la empresa comenzó a recopilar y comunicar datos cuantificables sobre su impacto, entre ellos las comidas rescatadas y las emisiones evitadas. Estos indicadores permitieron a los usuarios y socios reconocer claramente los resultados de su participación, lo que reforzó la confianza y el compromiso. La transparencia en la presentación de informes de impacto contribuyó a diferenciar al RESQ Club de las plataformas tradicionales de reparto de comida a domicilio y a posicionarlo firmemente en el ámbito de las empresas sociales. La plataforma se expandió con éxito más allá de Finlandia a varios mercados europeos, demostrando así que el modelo de rescate de alimentos puede adaptarse a diferentes contextos culturales y normativos. Al mantener una experiencia de usuario sencilla y una propuesta de valor clara, el RESQ Club pasó de ser una start-up local a convertirse en una pyme con presencia internacional.



Presentar con claridad y autenticidad

La presentación del RESQ Club es eficaz porque transmite de forma clara y gráfica el problema del desperdicio alimentario y la solución propuesta. La empresa presenta el desperdicio alimentario como una ineficiencia evitable: se tiran alimentos en perfecto estado, mientras que los consumidores buscan comidas asequibles y las empresas tienen que asumir pérdidas innecesarias.

En lugar de presentarse exclusivamente como una empresa tecnológica, RESQ Club se posiciona como pionera en el cambio de comportamiento, ayudando a las empresas a reducir los residuos y capacitando a los consumidores para que tomen decisiones sostenibles. Esta presentación auténtica concuerda con los resultados de investigaciones que destacan la importancia de la credibilidad y de los relatos orientados a un propósito en las presentaciones empresariales (Collins y Porras, 1996; Denning, 2005).

Claridad del problema y de la solución

RESQ Club simplifica un problema sistémico complejo hasta convertirlo en un reto fácil de entender: los excedentes alimentarios se producen porque la oferta y la demanda en el sector de la restauración rara vez están perfectamente sincronizadas. La solución —un mercado digital que redistribuye los excedentes en tiempo real— subsana esta ineficiencia sin que sea necesario introducir cambios importantes en los modelos de negocio existentes. Al centrarse en la facilidad de uso y la accesibilidad, la plataforma permite a las empresas alimentarias subir rápidamente los excedentes, mientras que los consumidores pueden descubrir ofertas en su zona con el mínimo esfuerzo. Esta claridad permite a los inversores, socios y usuarios comprender rápidamente tanto el valor social como la lógica económica del modelo.



Autenticidad a través de la narración personal

Los orígenes del RESQ Club se remontan a las propias experiencias y a la observación directa del desperdicio de alimentos en el sector de la restauración. La narración de la historia, contada por el propio fundador, desempeñó un papel decisivo a la hora de crear autenticidad, ya que la empresa no surgió de preocupaciones medioambientales abstractas, sino de la observación del desecho rutinario de alimentos aún aptos para el consumo. Al compartir historias de los restaurantes participantes y de los usuarios satisfechos, el RESQ Club consolida su identidad como empresa práctica y orientada a las soluciones. Esto refleja narrativas empresariales de éxito, como por ejemplo la narrativa inicial de Airbnb, en la que las experiencias personales respaldaban tanto el problema como la solución (Dapena-Barón et al., 2022).

Evidencia y primeros éxitos

RESQ Club respalda su narrativa con pruebas cuantificables de su impacto y da cuenta de millones de comidas salvadas del desperdicio, así como de las correspondientes reducciones del impacto medioambiental. Estos resultados aportan una prueba tangible de que la plataforma ofrece ventajas reales en la práctica y no se limita a hacer promesas simbólicas de sostenibilidad. La expansión de la empresa a varios países europeos y la captación de miles de empresas del sector alimentario son prueba de una sólida aceptación en el mercado. La elevada tasa de reutilización apunta a un compromiso duradero tanto por parte de la oferta como de la demanda de la plataforma y confirma el ajuste entre el producto y el mercado, así como la viabilidad a largo plazo. Este equilibrio entre la misión y los indicadores clave está en consonancia con las conclusiones de Gallagher (2017) sobre una comunicación convincente y basada en la evidencia.



Imagen y estilo de comunicación

El RESQ Club se comunica con un estilo claro, optimista y orientado a las soluciones. La identidad visual y el diseño de la plataforma hacen hincapié en la sencillez y la accesibilidad, lo que refuerza la idea de que la reducción del desperdicio alimentario puede integrarse a la perfección en la vida cotidiana. Al evitar los mensajes que apelan al sentimiento de culpa y destacar, en su lugar, los efectos positivos, la empresa fomenta la confianza y la accesibilidad. Esta imagen aumenta el impacto y la credibilidad, y favorece una interacción eficaz con los consumidores, los socios y las partes interesadas institucionales.

Lecciones para los alumnos

RESQ Club demuestra que las presentaciones empresariales eficaces combinan una exposición clara del problema, una narración auténtica y pruebas cuantificables. Al abordar el desperdicio alimentario como un reto tanto medioambiental como económico, la empresa pone de manifiesto cómo las pymes pueden crear valor añadido conjunto y, al mismo tiempo, expandirse más allá de las fronteras. Para los estudiantes, RESQ Club ilustra la importancia de la simplicidad a la hora de encontrar soluciones, la transparencia en la presentación de informes de impacto y la coherencia entre la misión y las actividades operativas. Su trayectoria pone de manifiesto cómo las plataformas digitales pueden movilizar la acción colectiva y transformar las ineficiencias sistémicas en oportunidades de negocio sostenibles.



Fondo Social Europeo Plus. (11 de mayo de 2022). *ResQ Club: estudio de caso sobre el Fondo Social Europeo Plus*. Comisión Europea. <https://european-social-fund-plus.ec.europa.eu/en/social-innovation-match/case-study/resq-clubeuropean-social-fund-plus.ec.europa.eu>

ResQ Club. (sin fecha). *Nuestra misión*. <https://www.resq-club.com/our-mission/ResQClub>

ResQ Club. (s. f.). *Página de inicio – ResQ Club*. <https://www.resq-club.com/ResQClub>

ResQ Club. (s. f.). *Ficha de ResQ Club en la App Store*. Apple App Store. <https://apps.apple.com/fi/app/resq-club/id1069744707> App Store

ResQ Club. (s. f.). *Blog de ResQ Club: campaña de rescate de alimentos en Finlandia*. <https://www.resq-club.com/se/en/blog/mauris-sed-libero-suspendisse-facilisis-nulla-in-lacinia-laoreet/> ResQ Club

Delivery Hero. (23 de octubre de 2017). *Delivery Hero premia a una start-up que lucha contra el desperdicio de alimentos*. <https://www.deliveryhero.com/newsroom/delivery-hero-awards-start-up-that-fights-food-waste/> deliveryhero.com

Interreg Europe. (5 de marzo de 2020). *ResQ Club: resumen del caso*. <https://www.interregeurope.eu/good-practices/resq-club> interregeurope.eu

Aim2Flourish. (sin fecha). *¡Basta ya de desperdicio alimentario! – ResQ Club*. <https://aim2flourish.com/innovations/goodbye-food-waste> AIM2Flourish