

## **EN QUE AJUDA USUAL**

### **1. Digitalització del comerç local:**

La nostra proposta ajuda a visibilitzar més a tots aquells comerços locals que encara no tenen un model establert digitalitzat, o ajuda a potenciar la visibilitat en internet de tots aquells que ja hi són. A més a més de poder reinventar de certa forma el consum dels seus clients habituals.

### **2. Resignificació del producte de proximitat:**

La nostra plataforma vol visibilitzar i posicionar a tots aquells negocis que realment tenen un producte de proximitat (etiqueta eco local). Amb la finalitat de què els clients estiguin més disposats, i siguin conscients a l'hora de subscriure's en un comerç local.

A més a més nosaltres donarem a conèixer en la pantalla d'inici tots els beneficis que té consumir productes locals, tant per al client com per l'economia de Mataró en aquest cas. Com quins beneficis per a la salut obtenim a través dels productes frescos i de proximitat, en comparació amb els processats.

### **3. Reducció de l'impacte de la distribució de mercaderies:**

Donem l'oportunitat a reduir l'impacte de la distribució mitjançant descomptes en el cost de compra, en venir a buscar els productes al comerç presencialment. Amb la finalitat de poder reduir tota la contaminació que es produeix amb el repartiment de comandes de negocis a particulars. De la mateixa forma que donem a conèixer aquells comerços que venen productes provinents de la localitat, també posicionaré li donarem visibilitat aquells negocis que reparteixin les comandes mitjançant transport a no motor (bicicletes), o vehicles elèctrics.

### **4. Sobirania alimentària:**

Usual a més a més de buscar la fidelització dels clients, pensem que la sobirania alimentària és un concepte molt important. La nostra proposta de fidelització al cap i a la fi està ajudant a les famílies poder consumir en el comerç local d'una forma molt més accessible en referència als costos, ja que busquem que totes les persones puguin consumir fora de casa, i a més a més a un preu més barat. Per tant pensem que pot ser una bona iniciativa incrementar el volum de vendes de la clientela habitual en els negocis de barri. I sobretot donant visibilitat com ja hem dit per incrementar el posicionament d'aquells negocis amb proveïdors locals.

### **5. Transició cap a la circularitat:**

Amb la competitivitat que haurien en les empreses, ells mateixos pensarien en com millorar, com podria ser motos elèctriques, bicicletes, patins elèctrics,...

## **6. Reducció del malbaratament alimentari:**

El model d'Usual permet als restaurants poder tindre per anticipat les comandes del mes mitjançant el model de pagament per anticipat. Aquesta metodologia permet als restaurants saber focalitzar el punt de mira en la seva compra de productes. Creant així una oportunitat pels negocis de selecció del producte que es consumiran, creen així a final de més un menor cost de deixalles alimentàries.

A més a més a les tendes alimentàries (fruiteries, carnisseries) hi haurà un tipus de subscripció mensual per enviar cada setmana als clients per ajudar a no malbaratar els productes que s'han de tirar, i així es puguin consumir.

## **7. Consum conscient:**

Als negocis locals en la seva fitxa seran classificats i posicionats segons la seva participació informativa sobre el seu comerç, com per exemple, de què estan fets els productes, on compren aquests productes, fins i tot com porten el producte del local als consumidors (take away).

Usual donarà visibilitat a tots els negocis que tinguin una acció positiva en aquests àmbits mencionats, i se li atorga al comerç local diferents etiquetes en funció de la seva col·laboració de la informació dels seus productes. classificant-los en:

- ECO DISTRIBUCIÓ
- ECO LOCALITAT (productes provinents 100% de productors locals)
- ECO PRODUCTES (productes saludables, amb matèries primeres no processades)

A més a més podran pujar vídeos sobre el procediment que utilitza cada comerç, documentar-lo, etc. Intentant apropar cada mica més els comerços locals als ciutadans.

## **8. Consum col·laboratiu i cooperatiu:**

Usual s'ha creat amb la finalitat de el fer conscienciar al client sobre la situació actual i sobre la futura dels comerços locals. Creant una nova forma de consumir productes locals, mitjançant la subscripció en els negocis.

Aquest concepte de fidelització amb el client crea una nova oportunitat de tots els ciutadans a poder enriquir-se i col·laborar amb els negocis del seu mateix poble.

Usual també dóna l'oportunitat de poder contactar de forma directa, a través d'un xat amb el mateix restaurant creant així un vincle de confiança amb el consumidor. On aquest pot sol·licitar les seves preferències a l'hora d'anar a consumir. En el cas d'un restaurant l'oportunitat de poder donar l'elecció de taula als seus consumidors.

A més el fet que els locals duguin una visibilitat als seus consumidors de el seu producte, és una oportunitat perquè proveïdors locals també es puguin posar en contacte amb ells.

## VIABILIDAD PARA LOS RESTAURANTES

Realment els clients habituals són tan importants per als negocis convencionals?

Tot seguit explicarem breu ment com pot afectar d'una forma positiva el fet de poder rebre per adelantat una subscripció prèvia, i com afecta positivament las etiquetas SUPER USUAL.

### BENEFICIS PER PAGAMENT ANTICIPAT

Clients habituals	Cops mensuals que va un client habitual	Tiquet mitjà EJ(10-12)	Facturació anticipada
34	2	10€	680€

### BENEFICIS PER VINDRE A BUSCAR EL PRODUCTE AL RESTAURANT

Temporalidad	Repartos a domicilios	tiket medio	porcentaje de empresas take away	pérdidas por comisiones
Día	30	18,50€	30%	166,5€
Semana	180	18,50€	30%	999€
Mes	720	18,50€	30%	3.996€
Año	8640	18,50€	30%	47.952€

### BENEFICIOS DE AHORRO ALIMENTARIO

Temporalidad	Desperdicios (kg)	Costes (€/kg)	Total € desperdiciado
Día	2,5kg	4€/kg	10€
Semana	15kg	4€/kg	60€
Mes	60kg	4€/kg	240€
Año	720kg	4€/kg	2.880€

250€/mes (3.000€/año) de malbaratament alimentari.

2,5kg/día de comida desperdiciada (4€/kg)

85.230 restaurantes desperdician más de 63.000 toneladas de comida al año, valorado en 255 millones al año

## Restaurantes en Mataró

Temporalidad	Cantidad de restaurantes en Mataró	Total de desperdicios alimentarios (kg)	Total de € desperdiciados
Día	25	62,5kg	250€
Semana	25	375kg	1.500€
Mensual	25	1.500kg	6.000€
Año	25	18.000kg	72.000€

## VIABILITAT DE USUAL

### COSTES

Tipos de costes	Mensual	Anual
Marketing	833,33	10.000€
Empleats	4.000€	48.000€
Servidors	20€	240€
Local i subministraments	600€	7.200€
Serveis Bancaris	120€	600€

### MARKETING

### INGRESOS

Periodo	63% (44 personas) del total de clientes habituales que puede llegar a tener un restaurante (22 personas)	Comisiones por 1 restaurante (ticket medio 10€/persona) 0.07 %	Comisión por 9 restaurantes (30% de todos los restaurantes de Mataró)
Mensual		396,6€	3.569,4€
Anual		4.759,2€	42.832,8€

### Modelo económico

Somos un marketplace donde sacamos las comisiones de las ventas son un 7%.

Este modelo nos permite una gran escalabilidad para que nos podamos expandir por el mundo, porque recuerdo que además de negocios llegamos a clientes los cuales podemos ayudar a fidelizar a sus negocios de proximidad, que es lo que queremos nosotros, que de cierta forma vuelva el comercio local.

### Viabilidad económica

Viabilidad de la propuesta (breakeven) lo hemos hecho a base de unas encuestas, dónde 62,3% de las personas son habituales en un restaurante y también al ver los beneficios que podemos tener en base a los costes y los ingresos obtenidos, si todo sigue como hemos calculado podemos ser rentables a mitad del segundo año.

### Sostenibilidad de la propuesta

Y si os preguntáis que esta propuesta es sostenible, si que lo es porque tiene una estructura de costes de adquisición baja que permite el radio de captación tanto de cliente como de establecimientos.