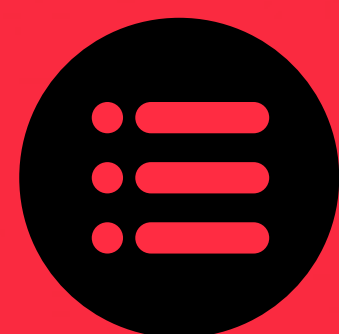




winconsuming
El club del consumo colaborativo

BIENVENIDOS



ÍNDICE

1

2

3

4



PRESENTACIÓN

CARTA DE PRESENTACIÓN

Estimad@ amig@,

En este primer contacto, quiero hacer una breve reflexión de las razones que nos han llevado a la creación de este Club.

Pero antes, y aunque pueda resultar sorprendente, voy a afrontar el único aspecto que durante el más de año y medio que llevamos preparando el proyecto, nos ha suscitado inquietud.

Hay una idea que les viene a la cabeza a algunas personas cuando les contamos el proyecto, les parece demasiado bueno para ser verdad y entonces piensan que debe de ser un sistema “piramidal”, o un Multinivel, y quiero explicar porqué el Sistema Winconsuming no es ni Multinivel, ni por supuesto piramidal.

El **Multinivel** es un sistema de comercialización **legal**, basado en la repartición de bienes o servicios del fabricante o proveedor al consumidor, mediante un sistema de retribución o pago, previsto para aquellas personas que son responsables de que el producto se comercialice o el servicio se provea; por lo tanto, el Asociado es consumidor y **Distribuidor** de los productos y/o servicios. (Ref. Artículo 22. Venta multinivel, de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista).

El **esquema piramidal** es un sistema de negocio en el cual los participantes recomiendan y captan a más clientes con el objetivo de que los nuevos participantes produzcan beneficios a los participantes originales. Un esquema piramidal funciona mientras existan nuevos participantes en cantidad suficiente, por lo que siempre hay un momento en el que quiebra. De hecho, en una gran cantidad de países está considerado una estafa, y por tanto es ilegal. (Ref. Artículo 23. Prohibición de ventas en pirámide, de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista). Por ello, honestamente debo advertir que la Empresa emprenderá acciones legales contra aquellas personas que manifiesten que éste es un esquema piramidal.

Winconsuming es un **Club de Compras** que, inspirado en la Economía Colaborativa y gracias a las Nuevas Tecnologías, ha desarrollado un sistema de redistribución de los márgenes, que de una forma sostenible hace que los Asociados obtengan descuentos en sus compras, y además generen ingresos económicos de sus Equipos de Consumo.

Y yendo a las razones que nos han llevado a crear el Club os diré que, dado que el Consumo Colaborativo es considerado ya como una de las Megatendencias del siglo XXI, hemos pensado que sería muy interesante dotarlo de un Sistema que permita superar la mera optimización de los recursos, que es lo que hasta el momento se ha desarrollado en el mismo.

Nuestra visión del Consumo Colaborativo es dar un paso más en lo realizado hasta ahora, mediante la distribución de los márgenes de manera más justa, de forma que, sin perjudicar a los productores, los consumidores podamos obtener un incremento de los ingresos en nuestras economías domésticas.

Por otro lado, el mercado laboral está cambiando más rápido de lo que la sociedad es capaz de adecuarse, y ello va a generar dificultades, ya que el cambio de modelo va a llevar consigo un cambio en la manera de generar ingresos.

Nuestro Sistema va a ayudar de una forma determinante a los Asociados, al redistribuir una parte importante de los márgenes de lo que ya consumimos, por lo que, no solamente se ahorra en las compras propias, sino que además se gana dinero gracias al Equipo.

Espero que puedas dedicarle unos minutos a conocer Winconsuming, el Club del Consumo Colaborativo.

Un saludo,
Juan Ustárroz

PRESENTACIÓN

EL CONSUMO COLABORATIVO

Una de las megatendencias del siglo XXI

El movimiento del consumo colaborativo supone un cambio cultural y económico en los hábitos de consumo, marcado por la modificación de un escenario de consumismo individualizado hacia nuevos modelos, potenciados por los medios sociales y las plataformas de tipo peer-to-peer (red-entre-pares o red-entre iguales).

En los servicios de consumo colaborativo las barreras de desconfianza se ven minimizadas gracias al uso de perfiles de usuarios con valoraciones y referencias añadidas por otros usuarios, lo que da origen a nuevas maneras de relacionarse, intercambiar, y monetizar habilidades y/o bienes económicos, lo que era impensable hace unos años.



De acuerdo con la revista Time,

“el consumo colaborativo es una de las diez grandes ideas que cambiarán el mundo”

QUÉ ES WINCONSUMING?

QUÉ ES WINCONSUMING?

1

WINCONSUMING es una sociedad anónima que tiene por objeto las actividades de compraventa y comercialización de productos de consumo y servicios, así como la comercialización u organización de servicios turísticos (Agencia de Viajes).

2

De acuerdo a la filosofía Colaborativa, la Empresa pone a la venta una parte de su capital, mediante la fórmula de Socios Partícipes.

3

En reconocimiento al apoyo de dichos accionistas en la puesta en marcha del Proyecto, la Empresa establece que todos ellos realizarán siempre sus viajes con Winconsuming al precio de coste.

QUÉ ES WINCONSUMING?

MISIÓN

misión

- Lograr que el Consumidor obtenga los Productos y Servicios a mejor precio.
- Garantizar la mejor relación calidad-precio.
- Ofrecer una variada cartera de productos de calidad que satisfagan los deseos y necesidades del Consumidor.
- Reembolsar al Consumidor una gran parte del margen de Distribución.
- Establecer un Sistema de reparto colaborativo que permita, además de obtener descuentos, generar ingresos.

QUÉ ES WINCONSUMING?

VISIÓN

visión

- Impulsar una Comunidad donde los asociados consuman única y exclusivamente por su propio interés, sin tener ningún compromiso de compra.
- Basar la Expansión de la Comunidad en la recomendación a amigos y conocidos de las bondades del Sistema Colaborativo, el cual reporta grandes beneficios.
- Establecer unos Equipos que permitan obtener ingresos extraordinarios a los Asociados, sin tener éstos que realizar ninguna actividad que no sea la del Autoconsumo.
- Desarrollar una Comunidad de Consumidores para generar un valor común y duradero, que permita construir una sociedad más eficaz, dinámica, justa y sostenible.

QUÉ ES WINCONSUMING?

VALORES

valores

- Transparencia y ética empresarial.
- Responsabilidad.
- Talante Colectivo.
- Búsqueda de la Excelencia.
- Sostenibilidad y permanencia.

EL SISTEMA WINCONSUMING

¿CÓMO FUNCIONA WINCONSUMING?

**El sistema está
basado en dos
principios:**

1

EL **CONSUMO PROPIO.**

El consumidor obtiene un descuento directo sobre el precio de mercado, lo que genera el interés personal por la compra.

2

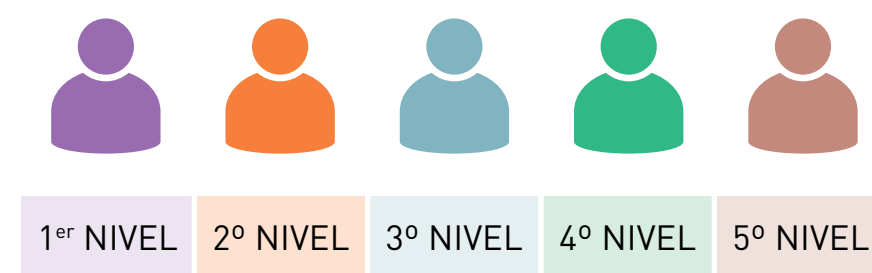
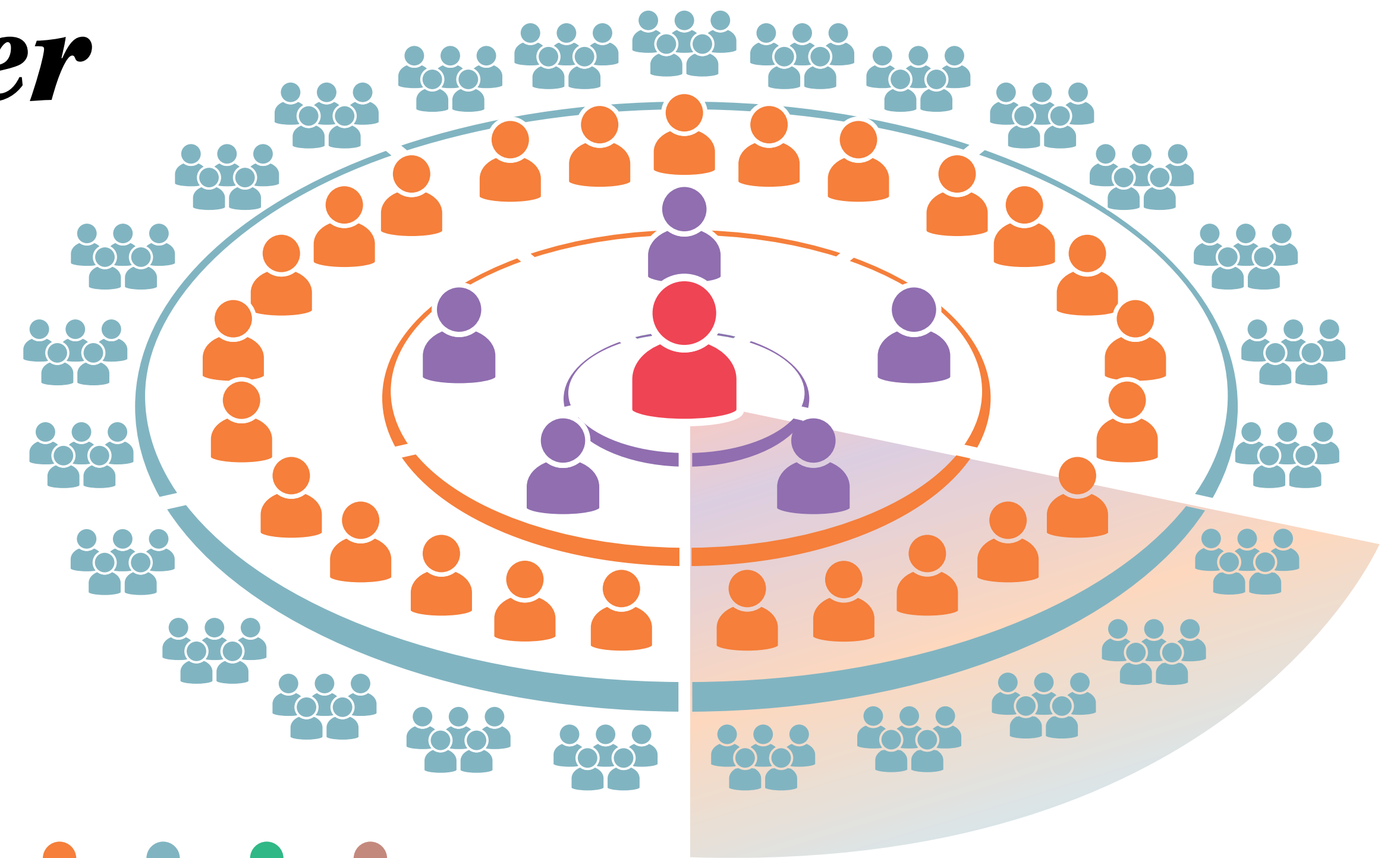
LA **COMUNIDAD DE**

CONSUMO. Equipos formados, a partir de cada asociado, por un máximo de 5 personas en su primer nivel, y hasta 5 niveles, lo que genera unos importantes ingresos.

EL SISTEMA WINCONSUMING

REPRESENTACIÓN GRÁFICA DEL EQUIPO DE CONSUMO DE UN ASOCIADO

EQUIPO DE CONSUMO. EJEMPLO DE *member*



EL SISTEMA WINCONSUMING

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL SISTEMA

no existe ninguna obligación de compra







*En ningún caso se pierde el derecho a percibir los **Descuentos Diferidos** que corresponden por las **compras del Equipo**.*

- Ofrece los Productos y Servicios a precio de mercado, sobre los que se aplica un descuento directo (Descuento por consumo propio).
- Variedad.
- Justa relación Calidad/Precio.
- Garantía.
- Sostenibilidad.
- Redistribución de una parte importante de los márgenes que existen, entre el precio de coste y el precio de mercado (Descuentos Diferidos al Equipo).

EL SISTEMA WINCONSUMING

DESCUENTOS PROPIOS Y DESCUENTOS DEL EQUIPO

DESCUENTOS

PRODUCTOS*	DISTRIBUCIÓN DE LOS DESCUENTOS						CONSUMO PROPIO	DESCUENTO CONSUMO PROPIO
								
	PRIMER NIVEL	SEGUNDO NIVEL	TERCER NIVEL	CUARTO NIVEL	QUINTO NIVEL			
A PRODUCTOS ESTRELLA	20%	14%	14%	7%	2%	1%	133€	27€
B REGALO Y BISUTERÍA	15%	14%	14%	7%	2%	1%	133€	20€
C COSMÉTICA Y PERFUMERÍA	15%	12%	12%	6%	2%	1%	133€	20€
D ROPA DEPORTIVA	15%	10%	10%	5%	2%	1%	133€	20€
E NUTRICIÓN Y SALUD	10%	10%	10%	5%	2%	1%	133€	13€
F JOYERÍA Y RELOJERÍA	10%	8%	8%	4%	2%	1%	133€	13€
G ROPA Y CALZADO	10%	6%	6%	3%	2%	1%	133€	13€
H PRODUCTOS GOURMET	10%	5%	5%	2,5%	1%	1%	133€	13€
I MUEBLES Y DECORACIÓN	8%	4%	4%	2%	1%	1%	133€	11€

Los **GRUPOS DE PRODUCTOS** están titulados a modo de **ejemplo**, dado que en el portal, cada producto llevará identificado el Grupo al que pertenece, y en consecuencia, los descuentos que le corresponden.

DESCUENTO CONSUMO PROPIO

El importe de **1.200€** de consumo, representa aproximadamente el 10% del Consumo anual por persona, de los países que figuran en el Proyecto como primeros países de implantación.






1200€

151€

EL SISTEMA WINCONSUMING

INGRESOS POR LA DISTRIBUCIÓN DE LOS DESCUENTOS DIFERIDOS EN EL EQUIPO DE CONSUMO

INGRESOS

		NÚMERO DE ASOCIADOS	PRODUCTOS									TOTALES
			A	B	C	D	E	F	G	H	I	
MEMBER	PARTNER	 1 ^{er} NIVEL 5	93€	93€	80€	67€	67€	53€	40€	33€	27€	553€
		 2 ^o NIVEL 30	560€	560€	480€	400€	400€	320€	240€	200€	160€	3.320€
		 3 ^{er} NIVEL 155	1.727€	1.727€	1.480€	1.233€	1.233€	987€	740€	617€	493€	10.237€
		 4 ^o NIVEL 780	3.393€	3.393€	3.147€	2.900€	2.900€	2.653€	2.407€	1.450€	1.327€	23.570€
		 5 ^o NIVEL 3.905	7.560€	7.560€	7.313€	7.067€	7.067€	6.820€	6.573€	5.617€	5.493€	61.070€

- Los 3 primeros niveles conforman el Equipo **MEMBER**.
- Los 5 niveles corresponden al Equipo **PARTNER**.

En los Componentes del Equipo y los Totales de Ingresos se muestran los acumulados.

EL SISTEMA WINCONSUMING

SOSTENIBILIDAD

LA SOSTENIBILIDAD DEL SISTEMA

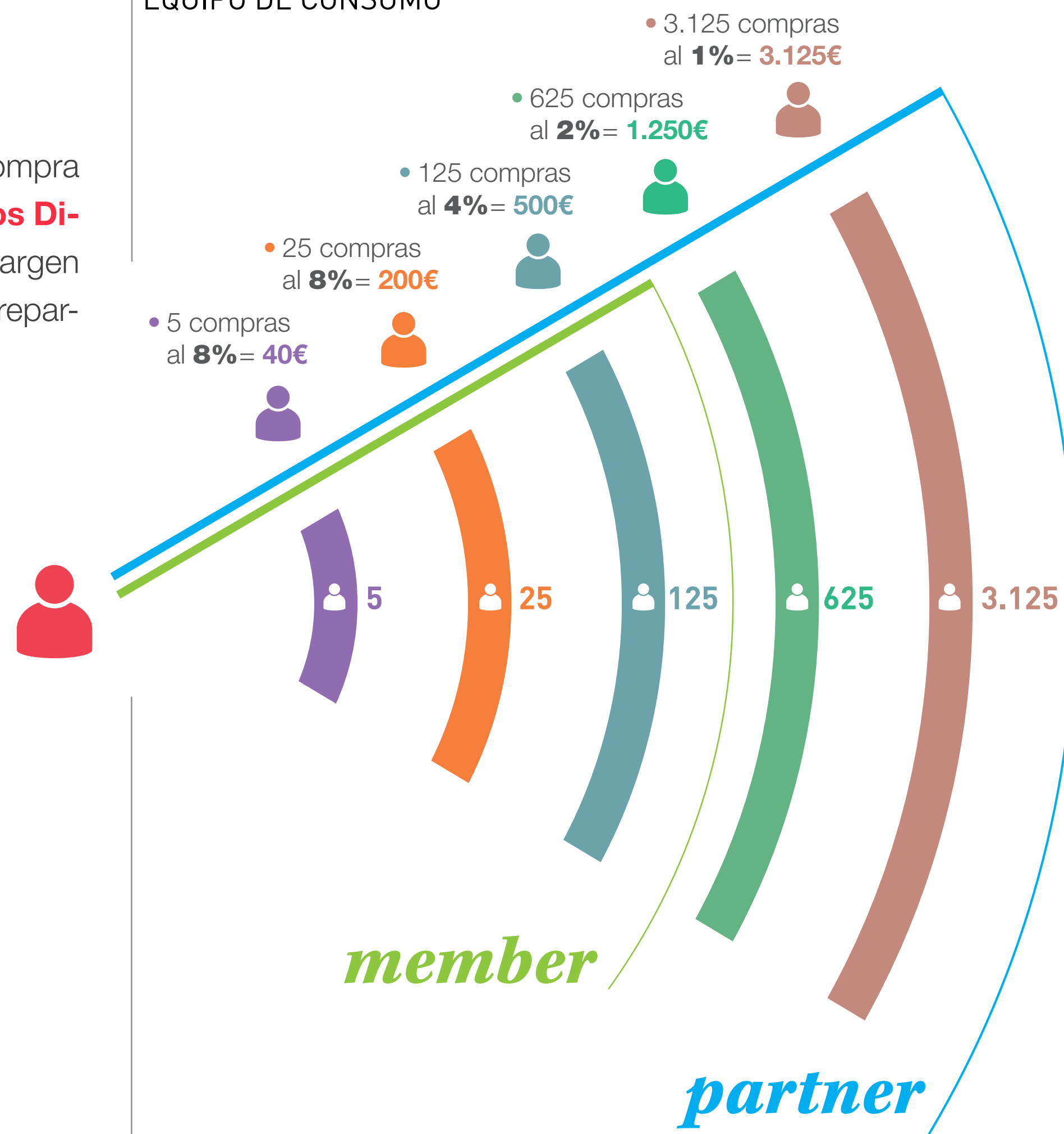
En el gráfico se constata que de cada compra se producen como máximo **5 Descuentos Diferidos**, lo que garantiza, de acuerdo al margen de cada producto y su correspondiente reparto, la sostenibilidad del sistema.

EJEMPLO

Repercusión de los Descuentos Diferidos para cada Asociado, de una compra de **100€** de productos del grupo F, por cada miembro de su Equipo.

Esto significa que un asociado con un equipo de 30 personas (**1º** y **2º** niveles), que cada una de ellas consume **100€**, los descuentos diferidos que le corresponden son **240€**. Si tiene los 3 primeros niveles serán **740€**.

EQUIPO DE CONSUMO



OBJETIVOS 2018

INCORPORACIÓN

1



SEGUROS

2



ENERGÍA

3



COMBUSTIBLE

4



ALIMENTACIÓN

5



Productos y Servicios **OFFLINE**, a través de establecimientos adheridos.

ASOCIARSE

ASOCIARSE

1

INVITACIÓN. Debido a la estructura de Red conformada por Equipos, todos los Asociados al Club tienen que obtener una invitación para poder formar parte del mismo. Por ello, la única manera de asociarse es mediante un código de invitación.

2

CÓDIGO. Éste podrá venir dado por un Asociado, que como tal tiene su código de invitador, o bien, si no conoces ninguno, solicitándolo a la empresa. En este caso el sistema le asignará el código del Asociado que corresponda.

3

CATEGORÍAS. Existen 2 categorías de Asociados, (Members y Partners). Como hemos visto en “La Sostenibilidad del Sistema” todos los equipos, a partir de cada Asociado, están formados por un máximo de 3.905 personas. Las categorías establecen únicamente la percepción de descuentos diferidos que recibe cada Asociado, de acuerdo a la categoría que tiene.

ASOCIADOS

CATEGORÍAS

member

Descuentos directos y Equipo de 3 niveles de descuentos diferidos

partner

Descuentos directos y Equipo de 5 niveles de descuentos diferidos

CUOTA DE ENTRADA

50€

150€

upgrade
100€

EN CUALQUIER MOMENTO UN ASOCIADO PUEDE PASAR DE CATEGORÍA *MEMBER* A CATEGORÍA *PARTNER*.

CUOTA DE SERVICIO ANUAL
(A PARTIR DEL SEGUNDO AÑO)

50€*

SIEMPRE QUE HAYAN OBTENIDO AL MENOS DICHO IMPORTE DE LOS DESCUENTOS DIFERIDOS DE SU EQUIPO;
EN CASO CONTRARIO QUEDARÁN EXENTOS DEL PAGO

ASOCIADOS

PRELANZAMIENTO



*viaje a
precio de
coste*



*regalo de cuota de
alta de member*

- Además, por invitar a **5 personas al Club**, quienes también se asocian gratuitamente, obtendrás un **BONO** para que realices una reserva de un servicio turístico (viajes combinados, cruceros, hoteles, etc.), a cualquier lugar del mundo, a partir del lanzamiento y sin caducidad, al precio de coste de nuestra Agencia de Viajes.

- Y si incorporas a **5 Socios Partícipes**, obtienes la categoría PARTNER GRATIS.

el valor del equipo



winconsuming
El club del consumo colaborativo

WINCONSUMING, S.A.
Polígono de Mutilva, calle E, 11 bajo
31192 Aranguren - Navarra - España
+34 948 045 868
info@winconsuming.com
www.winconsuming.com