

FUENTES DE INGRESOS

- **¿CÓMO HACEMOS PARA MONETIZAR NUESTRO PRODUCTO O SERVICIO?**

Propondremos un precio adecuado para que nuestros clientes puedan adquirirlo sin ningún tipo de problema económico.

- **¿QUÉ OFRECEMOS PARA QUÉ PAGUEN POR ELLO?**

Un producto innovador que traerá mucha garantía en la seguridad y ahorro del cliente

- **¿QUÉ TIPO DE INGRESOS TIENE NUESTRA EMPRESA?**

Nuestra empresa realizara los dos tipos de ingresos, al gusto del cliente:

Ingresos por pago único: Este ingreso será realizado en el momento de compra, en la tienda física. Aun siendo un pago único, para ofrecer una mayor flexibilidad se le permite al cliente pagar de manera aplazada en cómodos pagos mensuales. Una vez realizada la compra el cliente será informado de que puede abonar el coste del producto mensualmente a lo largo de un plazo acordado entre empresa y cliente.

- **¿CÓMO GENERAMOS ESOS INGRESOS?**

Las principales fuentes que utilizara la empresa para obtener estos ingresos son:

Venta de activos: Los principales beneficios se realizarán mediante la venta de nuestras campanas al cliente a través de los ingresos por pago único mencionados anteriormente.

Alquiler: Esta será una propuesta a futuro de la empresa por la cual cuando tenga una buena posición en el mercado se añadiera la opción de alquilar el producto por unos días con una cuota mensual fijada, esto se hará para el cliente pruebe y conozca el producto antes de adquirirlo.

- **¿QUÉ MEDIOS DE PAGO PERMITIMOS?**

Nuestra empresa utilizara debido al elevado precio de nuestras campanas un medio de pago aplazado.

Aplazado: Al tener un precio elevado que es difícil de pagar al momento, permitimos un pago aplazado que entendemos que es más cómodo para el cliente. A través de transferencias o Pay pal, según prefiera el cliente.

- **¿QUÉ PRECIOS TENEMOS?**

Dinámicos: No será igual para todos los clientes ya que empleamos distintos precios según las características de los clientes, por ejemplo, jóvenes o mayores de 65 años o para los restaurantes, ya que serán los principales compradores del producto.

Según las condiciones del mercado. En función de la competencia, por ejemplo: Se podrá ajustar el precio de nuestro producto según los análisis de los precios de los competidores para hacerlo así más competitivo.