

## 4. Fuentes de ingresos

- ¿Cuánto y cómo está dispuesto a pagar vuestro cliente por el producto/servicio que le estás ofreciendo?.

– Utilizaremos distintas estrategias de precios:

- El precio de penetración, fijamos un precio por debajo de la competencia para conseguir un gran volumen de ventas.

Una vez que nuestro producto se ha dado a conocer, podemos optar por la estrategia de discriminación de precios.

- Discriminación de precios. Hacemos una segmentación de mercado atendiendo a las variables socioeconómicas (renta, ocupación y nivel de estudios). Cobramos por el mismo bien precios diferentes a distintos consumidores. Obtendremos mayores ingresos.
- Los consumidores con rentas más altas estarán dispuestos a pagar una cantidad mayor que los de rentas más bajas.

