

## Fuente de ingresos

Al ser una empresa nueva en el mercado, el objetivo es conseguir aumentar la base de clientes lo antes posible. Para ellos se va a utilizar una estrategia de precios muy común en las empresas de nueva creación que se llama penetración de mercado donde el precio del producto que se ofrece es relativamente barato, ya que aunque el beneficio unitario sea menor, lo que se busca es llegar en el menor tiempo posible al mayor número de personas. El precio inicial del producto será de 35€ y una vez se haya conseguido el objetivo y la empresa se haya asentado en el mercado, se cambiará de estrategia de precios para generar un beneficio mayor. En concreto se utilizaría la estrategia de precios psicológicos, es decir, aumentar el producto hasta 39,99€ con el fin de aumentar el beneficio por venta, y además hacerlo de esta manera para que se realicen un mayor número de compras. Por otro lado, uno objetivo tiene la empresa es el de colaborar con marcas deportivas. Una buena estrategia de precios para estas colaboraciones sería la de precios diferenciales, donde se ofrecería un paquete en el que se incluyese el calzado deportivo y nuestra plantilla inteligente.

### **Ingresos de la empresa:**

Los ingresos de la empresa se van a dividir en dos partes. Los operativos y los no operativos:

- **Operativos:** El principal ingreso y el más importante es el de la venta de las operaciones comerciales principales, en concreto, la venta del producto, la plantilla inteligente a partir de materiales 100% reciclados. Este ingreso es el

principal de la empresa porque es el que más beneficio por venta puede ofrecer.

- **No operativos:** Otros ingresos que se esperan obtener son los secundarios, donde mediante colaboraciones con marcas deportivas, suscripciones a la aplicación de entrenamiento realizada por la empresa... Se pretenden generar ingresos adicionales. Estos ingresos también son importantes ya que aunque no sean como los operativos, son ingresos adicionales que pueden venir bien a la empresa además de aumentar el número de clientes.