

4. FUENTES DE INGRESO

- **Precio final del producto:** La fijación de precios es un proceso complejo que implica equilibrar estos factores para garantizar que el precio de la pulsera sea atractivo para los clientes potenciales, rentable para la empresa y competitivo en el mercado. Es común realizar ajustes periódicos en función de cambios en el entorno empresarial y del mercado. Se pretende fijar un precio final de 75 euros, como consta en el apartado 9.
 - Ciclo de vida del producto: El momento en el ciclo de vida de la pulsera *ILife* es de introducción en el mercado lo que afecta a la fijación de precios. Por lo tanto, en esta fase de introducción, son utilizados precios más bajos para atraer a nuevos clientes.
 - Canal de distribución: La estructura de distribución también afecta al precio final. La pulsera *ILife* es vendida a través de intermediarios (Amazon, Miravia, Media Mark), donde se trabaja con un margen del 7% sobre el precio final vendido.
 - Objetivos empresariales: Los objetivos de la empresa en esta primera fase de introducción en el mercado son: maximizar beneficios y aumentar la participación en el mercado. Teniendo, por lo tanto, una estrategia de precios más bajo que se utiliza para captar cuota de mercado.
 - Demanda del mercado: La pulsera *ILife* posee una alta demanda en el mercado, los clientes potenciales son personas con enfermedades o personas mayores que viven solas. Por lo tanto, significa que en España la demanda de mercado es alta debido a la gran cantidad de clientes potenciales que existen.
 - Costes de producción: Son los costes directos e indirectos asociados con la fabricación del producto final. Esto incluye materiales, mano de obra, costes de fabricación...
 - Competencia: Análisis los precios de productos similares en el mercado:

Empresa Apple:



Apple Watch SE

Todo lo que necesitas está a tu alcance.

Desde 279 €



Apple Watch Series 9

Sensores y prestaciones de salud avanzados.

Desde 449 €

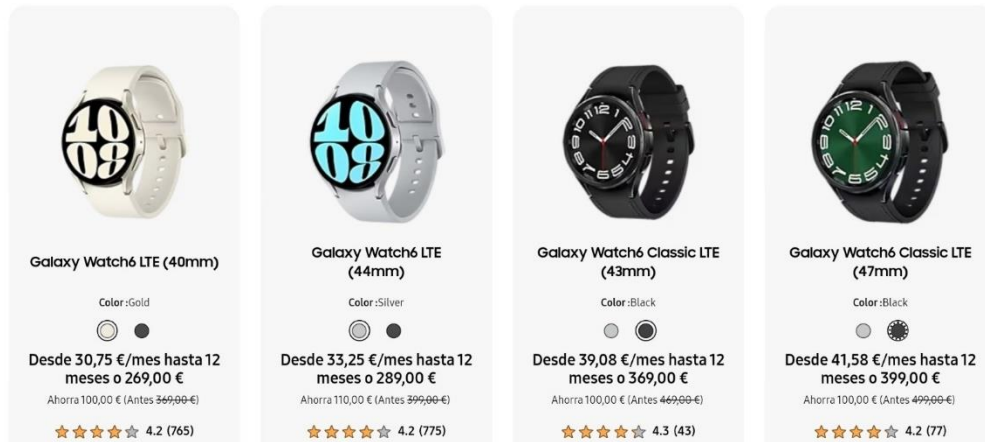


Apple Watch Ultra 2

El más duro y potente.

899 €

Empresa Samsung



Empresa Xiaomi



Determinando la posición competitiva de tu producto. Fijando el precio en relación a nuestros competidores, considerando como una opción de precio más económico.

- **Métodos de pago:** *ILife* tiene una combinación de métodos de pago que se ajustan a las necesidades y preferencias de los clientes, así como garantizar la seguridad de las transacciones y cumplir con las regulaciones de seguridad financiera previstas en los Reglamentos de la Unión Europea y en el derecho español. A continuación, se detallan los métodos de pago seleccionados:
 - Tarjetas de crédito/débito: Visa, MasterCard, American Express, y otras tarjetas de crédito y débito son opciones populares para transacciones en línea. Los pagos con tarjeta suelen ser rápidos y seguros.
 - Transferencias bancarias: Los clientes pueden realizar pagos directos desde sus cuentas bancarias a la empresa.
 - PayPal: es una plataforma de pago en línea que permite a los compradores realizar transacciones utilizando sus saldos de cuenta de PayPal o vinculando tarjetas de crédito/débito a sus cuentas.

- Billeteras digitales: Billeteras electrónicas como Apple Pay, Google Pay, Samsung Pay, y otras permiten a los clientes realizar pagos rápidos y seguros utilizando sus dispositivos móviles.
- Pagos móviles: Además de las billeteras digitales, existen otras aplicaciones de pagos móviles que permiten a los usuarios realizar transacciones desde sus dispositivos móviles, que aquí en España se popularizó como el pago con Bizum.
- Tarjetas regalo y cupones: Los clientes pueden utilizar tarjetas regalo o cupones de descuento para realizar compras en la página web en cuestión.