

4. **Fuentes de ingreso:** (En este apartado tendréis que preguntaros ¿cuánto y cómo está dispuesto a pagar vuestro cliente potencial por el producto o servicio que le estáis ofertando?).

Nuestra principal fuente de ingresos es la venta de activos. En nuestro caso consiste en la venta de los distintos modelos de neveras que rondan un precio de entre 1500 € y 2000 €, siendo 1700 € el precio estándar al que se le aplican subidas y bajadas de precio (entre el 10 % – 20 %) en función de la demanda comercial, y la temporada en la que nos encontremos. Por ello, haremos uso del mercado a tiempo real, en el que los precios de nuestro producto son dinámicos, ya que aprovecharemos festividades, como la Navidad, para aumentar el precio de las neveras, o haremos rebajas en temporadas, como el Black Friday, con el objetivo de aumentar las ventas y los ingresos totales.

En el proceso de compra, los consumidores deberán realizar ingresos por pago único. Sin embargo, cabe destacar, que podríamos llegar a un acuerdo con nuestros compradores para permitirles afianzar y dividir el pago total de la nevera en varios plazos diferentes, sin que les suponga un gasto adicional, para facilitarles la compra de la nevera, y que les sirva como incentivo para animarse a comprar nuestro producto, ya que nuestro producto es ligeramente más caro que aquellos contra los que compete en el mercado.

Como hemos comentado con anterioridad, el precio de nuestra nevera es superior al de las neveras normales, las cuales poseen un precio estimado de entre 500 € y 1500 €, dependiendo de su calidad. La nuestra es un poco más cara debido a que incorpora ciertas mejoras e innovaciones que incrementan su valor y calidad; como sus sistemas de organización y eficiencia energética que ayudan a optimizar el espacio y a reducir el consumo de electricidad, y que, por tanto, ayudan a reducir el gasto de nuestros consumidores en su factura de la luz, lo cual les permitirá amortizar a largo plazo esa mayor inversión inicial.

Además, como fuente de ingresos, también podemos ofrecer a nuestros clientes un seguro de riesgos por la nevera, por el que ellos pagarán mensualmente una cantidad estimada de unos 50 €, si el seguro es a todo riesgo, o 30 € si el seguro es a todo riesgo con franquicia. Por el pago del seguro a todo riesgo (50 €), el mantenimiento de las neveras y cualquier avería que estas tengan corre a cargo de nuestra empresa, además en caso tener que realizar una reparación, el consumidor recibirá una nevera de sustitución hasta que la suya vuelva a estar en condiciones de uso. Por otro lado, por el pago del seguro a todo riesgo con franquicia (30€), en caso de avería los consumidores deberán pagar el 50 % del coste total de la reparación de la nevera. Por supuesto, para los consumidores que no contraten ningún tipo de seguro, la reparación de cualquier avería de su nevera deberá ser pagada totalmente por ellos.

Además, para dar a conocer nuestro producto haremos uso de la publicidad. Esta puede realizarse por medio de las tiendas o empresas con las que nos asociemos para que se encarguen de vender nuestro producto, como Media Markt, El Corte Inglés o Carrefour; o mediante publicaciones o en redes sociales, entre las que destacamos Facebook, Instagram y YouTube. Sin embargo, también optaremos por poner anuncios en televisión durante las horas de más audiencia o colgar carteles en las calles de mayor tránsito, para que nuestro mensaje llegue al mayor número de personas adultas, que son nuestros potenciales clientes.