



4. Fuentes de ingresos

Entender cómo y cuánto están dispuestos a pagar nuestros clientes por el producto es esencial para garantizar el éxito de nuestro proyecto.

En este sentido, hemos diseñado un modelo de ingresos flexible que responde a las necesidades de los consumidores, al mismo tiempo que asegura la competitividad frente a los actores clave del mercado.

En lugar de optar únicamente por pagos únicos, hemos decidido brindar la opción de pagos recurrentes, ya que este modelo proporciona mayor comodidad para los clientes. Este enfoque es especialmente importante teniendo en cuenta que nuestro producto tiene un precio que se sitúa en un rango medio/alto.

La posibilidad de fraccionar los pagos permite que los clientes puedan adquirir nuestra tecnología sin la carga económica que supondría un desembolso inicial elevado. De esta manera, logramos ampliar nuestro público objetivo y fomentar un modelo de adquisición más accesible.

Por otro lado, hemos realizado un análisis exhaustivo de la competencia para posicionarnos estratégicamente. Actualmente, identificamos a Ubiquitous Energy como nuestro principal competidor.

Esta empresa es reconocida como pionera en el desarrollo de ventanas con placas solares transparentes integradas, con un rango de precios que oscila entre los 600 y 1,000 euros por metro cuadrado.

A partir de esta información:

Hemos diseñado una estrategia competitiva que busca ofrecer productos de alta calidad a precios más accesibles y con opciones de pago más flexibles.

Nuestro objetivo no es solo competir en términos de precio, sino también proporcionar un valor agregado a través de la comodidad en la adquisición y un diseño cuidadosamente adaptado a las necesidades de los clientes.

En cuanto a nuestra estrategia de precios, hemos planteado un enfoque agresivo para el lanzamiento de nuestros productos. Durante esta fase inicial, ofreceremos un descuento del 30% en la primera compra.

Además, los clientes que se registren durante los primeros tres días de la campaña recibirán un código de descuento adicional del 10%. Este enfoque busca generar interés inmediato en el mercado, atraer a los primeros clientes y construir una base sólida para el crecimiento futuro. Paralelamente, la posibilidad de realizar pagos en cuotas recurrentes asegura que los clientes puedan acceder a nuestra tecnología sin que el precio sea un obstáculo.

En relación con los ingresos estimados, hemos realizado un análisis proyectado del primer mes, el primer trimestre y año. Durante el primer mes, esperamos vender aproximadamente 500 metros cuadrados de producto, considerando que las promociones



de lanzamiento reducirán el precio promedio a unos 350 euros por metro cuadrado. Esto nos permitiría alcanzar ingresos aproximados de 175,000 euros.

En el primer trimestre, anticipamos un incremento en las ventas, con un volumen proyectado de 1,800 metros cuadrados, lo que generaría ingresos de 900,000 euros, con un precio promedio más estable de 500 euros por metro cuadrado. Finalmente, para el primer año, estimamos ventas totales de 7,500 metros cuadrados, con ingresos totales que alcanzarían los 4,500,000 euros, asumiendo un precio promedio de 600 euros por metro cuadrado a medida que nos consolidamos en el mercado.

Nuestra estrategia no solo se centra en los ingresos inmediatos, sino también en establecer una base sólida para el crecimiento sostenible. La combinación de precios competitivos, flexibilidad en el pago y promociones iniciales permite maximizar nuestra penetración en el mercado y construir una relación a largo plazo con nuestros clientes.

De este modo, no solo garantizamos ventas iniciales exitosas, sino que también establecemos las bases para un modelo de negocio escalable y sostenible