

4. Fuentes de ingresos

Nuestra fuente de ingreso es a través de un pago único. Hemos elegido ese pago por la instalación y materiales, por el costo de la tecnología o por el mantenimiento, ya que hay que valorar todos esos aspectos a la hora del pago.

El precio que nuestros clientes están dispuestos a pagar es de 230€. Ya que el precio de la producción del riego es elevado y se acerca a su precio de mercado. Ya que somos una empresa innovadora, no encontramos en el mercado alguna empresa que ofrezca el mismo producto y las mismas condiciones para el producto. La competencia indirecta a nuestro producto sería la empresa Maher, ya que funcionan de otra manera y puede ser la parecida a nuestro producto.

La estrategia de precio de nuestro producto son los siguientes puntos:

- **Precio promocional de lanzamiento:** Un descuento temporal al inicio para atraer a clientes y generar visibilidad. Funciona bien para captar los primeros usuarios y recibir retroalimentación.
- **Precio psicológico:** es una estrategia que utilizamos que fija los precios, tiene como objetivo influir en la percepción de nuestros clientes sobre el precio de un producto o servicio, de manera que se sienta que está obteniendo una mejor oferta o que el precio es más atractivo de lo que realmente es.
- **Precio de Penetración:** Establecer un precio bajo para ganar cuota de mercado rápidamente. Ideal si el objetivo es llegar a una base amplia de clientes.

Estimación de ventas e ingresos	
Primer mes (lanzamiento)	El primer mes suele ser de menor volumen, pero con una promoción de lanzamiento y marketing activo, podemos suponer unas ventas iniciales de 100 unidades. Cada unidad es de 230€, así que el primer mes sería un ingreso de 23.000€.
Primer trimestre (3 meses)	Después de la fase de lanzamiento, el volumen de ventas se incrementará a medida que más personas conozcan el producto. Suponemos un crecimiento a 300 unidades vendidas en el primer trimestre. Teniendo en cuenta el precio del primer punto, en tres meses tendríamos 69.000€ en ingresos.
Primer año (12 meses)	A lo largo del año, el volumen de ventas debe estabilizarse y aumentar debido al marketing continuo, referencias y la demanda sostenida. Suponemos que se venderán 1500 unidades durante el primer año. Esto es un ingreso de 345.000€ con 1500 unidades vendidas.