

Nuestra estrategia de ingresos para la aplicación móvil se estructura en torno a un modelo multiplataforma que garantiza una rentabilidad sostenible y diversificada. En primer lugar, los ingresos por publicidad se generarán mediante la integración de anuncios dentro de la aplicación, los cuales serán no intrusivos y estarán segmentados según los intereses y el comportamiento de los usuarios, asegurando así una experiencia relevante sin comprometer la usabilidad básica del servicio.

Además, se establecerá una fuente de ingresos principal mediante un sistema de comisiones aplicado a la venta de entradas. La plataforma actuará como canal de confianza, facilitando la transacción tanto para entradas de primera mano, ofrecidas directamente por organizadores de eventos, como para el mercado de segunda mano entre usuarios, aplicando un porcentaje sobre cada venta exitosa. Este mecanismo nos alinea con el éxito de nuestros socios y usuarios, incentivando la actividad constante en la plataforma.

Respecto a los ingresos directos de los usuarios, se ofrecerá una membresía premium de suscripción mensual o anual. Esta membresía desbloqueará beneficios exclusivos, entre los que se incluyen la eliminación completa de todos los anuncios dentro de la aplicación y el acceso a descuentos especiales en la compra de entradas, lo que no solo genera un flujo recurrente sino que también fomenta la lealtad y el mayor *engagement* de nuestra base de clientes más comprometida.

Finalmente, las fuentes de ingreso se articulan de manera sinérgica a lo largo del ciclo del usuario. La percepción del valor gratuito con anuncios atrae a la base de usuarios. La evaluación de la experiencia incluye la transparencia sobre las ventajas de la membresía y las ventajas de comprar entradas de forma segura en la plataforma. La transacción se realiza de manera integrada para la suscripción *premium* o la compra de entradas con comisión. La entrega del valor *premium* es inmediata tras la suscripción. La postventa y retención se refuerzan mediante el constante valor de los descuentos, la experiencia sin publicidad y el soporte prioritario, asegurando la satisfacción y permanencia de los suscriptores.

De este modo, el modelo de monetización combina ingresos pasivos por publicidad, comisiones por transacciones y suscripciones recurrentes, creando un ecosistema financiero robusto que capitaliza la actividad de la comunidad y premia la participación de los usuarios más activos.