



Fuentes de ingreso

Estrategia de Ingresos de Aeris

La rentabilidad de Aeris se basa en un modelo de venta directa de producto físico, posicionado como un accesorio de viaje de gama media-alta. El objetivo es maximizar los beneficios aprovechando puntos de venta con gran afluencia de nuestro público objetivo.

1. Relación de Precio y Valor:

Hemos fijado un precio de venta al público (PVP) de:

- 99,99 € por un pack de 3 perchas Aeris.



Razonamiento del precio:

- Psicología de compra: Al situarse justo por debajo de la barrera de los 100 €, el producto se percibe como una inversión accesible y un regalo perfecto.
- Venta por volumen: En lugar de vender una sola unidad, obligamos a la venta de tres. Esto aumenta el ticket medio (lo que gasta cada cliente de media) y asegura que el usuario tenga el equipo completo para un viaje corto (chaqueta, camisa y pantalón/repuesto).

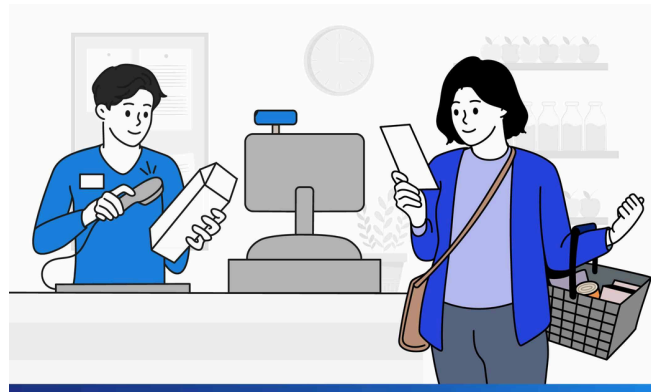
- Uso de perfume propio: Al no vender cápsulas de olor, el cliente no tiene gastos extra después de la compra. Esto elimina la resistencia a comprar el producto, ya que el usuario siente que "solo paga una vez" por una solución duradera.



2. Cobertura de Puntos de Venta (Dónde ganamos dinero)

Para que el precio de 99,99 € genere ingresos constantes, colocaremos a AERIS en lugares donde el dinero "quema" en el bolsillo del viajero:

A. Puntos de Venta de Alta Visibilidad (Retail Físico)



- El Corte Inglés: Es nuestro escaparate principal. Estar en las secciones de Maletas y Hogar nos permite captar al cliente que ya está dispuesto a gastar dinero en equipamiento de calidad.
- Tiendas de Maletas y Accesorios de Lujo: Nos situamos al lado de marcas premium. Si un cliente gasta 400 € en una maleta, añadir un pack AERIS de 99,99 € es una decisión de compra sencilla y lógica. Nuestro socio principal es Samsonite, la cual nos facilita el acceso a diferentes tipos de consumidores de todas los niveles de tenencia económica, no solo focalizando así en clientes de alto nivel económico.

B. Puntos de Venta por Necesidad Impulsiva (Viajes)

- Duty Free (Aeropuertos): Es el punto más rentable. El viajero de negocios tiene tiempo libre antes de embarcar y busca soluciones para que su ropa no sufra en el avión. El pack de 99,99 € es ideal para la venta en aeropuertos internacionales.
- Estaciones de AVE: En estaciones centrales de las ciudad como Madrid o Barcelona, captamos al profesional que se mueve mucho y necesita dar una imagen impecable en sus reuniones.



C. Venta Digital (Alcance Masivo)

- Amazon: Nos da el volumen. Gracias a su logística, podemos vender miles de packs al mes con un coste de gestión muy bajo.

Gracias a Amazon podemos llegar a consumidores de todo el mundo, ya que no será necesaria una segmentación porque en todo el mundo hay personas que podrían dar uso a este producto y se adaptan a nuestro cliente ideal.

- Página Web Propia: Es el canal más rentable, ya que no pagamos comisiones a terceros y recibimos los 99,99 € íntegros por cada venta.



D. Venta a Empresas (B2B)

- Lotes a Hoteles de Lujo: No solo vendemos a personas, sino a empresas. Un hotel de 5 estrellas puede comprarnos 50 packs de golpe para equipar sus suites. Esto genera ingresos masivos y constantes mediante contratos directos.

- Marriot
- Hilton
- Ambos son hoteles con cuotas de precios para sus alojamientos muy elevados, con lo que podemos ofrecer nuestros productos para que estén en las habitaciones de los hoteles para hacer una publicidad silenciosa a los empresarios y usuarios que se alojan en estas.

En un futuro, esperamos obtener un gran beneficio con la venta en tantos puntos de venta, lo que nos posibilita el crecimiento vendiendo grandes cantidades a cadenas de hoteles y colaborando con marcas de maletas para que nuestro producto venga incluido en ellas. Así, pasaremos de vender a personas sueltas a ser un accesorio básico que se encuentra en cualquier viaje de lujo.

Para validar la viabilidad de Aeris, hemos proyectado un primer año de crecimiento progresivo basado en la estacionalidad del sector viajes y la activación de nuestros canales estratégicos. Como se observa en la siguiente gráfica, el año comienza con una fase de introducción en el mercado, alcanzando un total anual de 2.865 unidades vendidas.

2. Previsión de ventas

FAMILIA			ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Producto/serv.	AERIS	Uds vendidas	70,00	150,00	180,00	170,00	220,00	240,00	230,00	260,00	290,00	320,00	360,00	420,00	2.910,00
Precio de venta	82,64	Venta mensual	5.784,80	12.396,00	14.875,20	14.048,80	18.180,80	19.833,60	19.007,20	21.486,40	23.965,60	26.444,80	29.750,40	34.708,80	240.482,40
Tipo de IVA	21 %	IVA repercutido	1.214,81	2.603,16	3.123,79	2.950,25	3.817,97	4.165,06	3.991,51	4.512,14	5.032,78	5.553,41	6.247,58	7.288,85	50.501,30

0			ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Producto/serv.	0	Uds vendidas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Precio de venta	0,00	Venta mensual	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Tipo de IVA	0 %	IVA repercutido	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

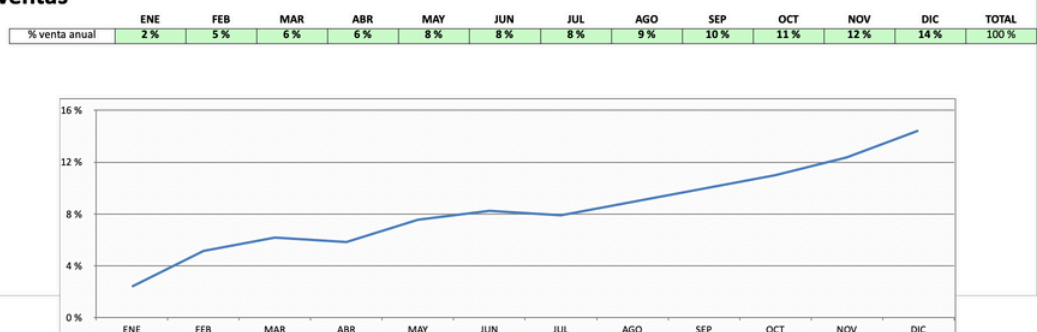
0			ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Producto/serv.	0	Uds vendidas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Precio de venta	0,00	Venta mensual	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Tipo de IVA	0 %	IVA repercutido	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

0			ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Producto/serv.	0	Uds vendidas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Precio de venta	0,00	Venta mensual	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Tipo de IVA	0 %	IVA repercutido	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

0			ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Producto/serv.	0	Uds vendidas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Precio de venta	0,00	Venta mensual	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Tipo de IVA	0 %	IVA repercutido	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

TOTAL VENTAS			ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
TOTAL INGRESOS			70,00	150,00	180,00	170,00	220,00	240,00	230,00	260,00	290,00	320,00	360,00	420,00	2.910,00
IVA REPERCUTIDO			5.784,80	12.396,00	14.875,20	14.048,80	18.180,80	19.833,60	19.007,20	21.486,40	23.965,60	26.444,80	29.750,40	34.708,80	240.482,40

Estacionalidad de las ventas



Lo más destacable de esta previsión es la tendencia ascendente: empezamos en enero con una cuota del 2% y cerramos diciembre con un 18% de las ventas totales del año, impulsadas por la campaña de Navidad y el aumento de viajes en invierno. Con una facturación total prevista de

298.207,66 €, estas cifras confirman que el modelo de negocio es escalable y que la acogida del pack de 99,99 € nos permite alcanzar un volumen de ingresos sólido desde el primer ejercicio.