



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**COMPONENTE PRÁCTICO DE EXAMEN COMPLEXIVO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

ENSAYO:

**FUENTES DE INGRESOS PARA LA IDEA DE NEGOCIO FOOD MARKET EN EL
CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2020.**

AUTOR:

PERERO BAZÁN JOFFRE RUBÉN

TUTOR:

INGENIERO MANUEL SERRANO LUYO

La Libertad, Ecuador

2021

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR

En mi calidad de Profesor Tutor del Ensayo titulado, “**Fuentes de ingresos para la idea de negocio Food Market, en el cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, año 2020**”. Elaborado por el señor **Perero Bazán Joffre Rubén**, de la Carrera Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas, con la modalidad Trabajo de Integración Curricular, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

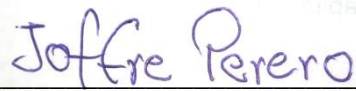


Ing. Manuel Serrano Luyo, MSc.
DOCENTE TUTOR

AUTORÍA DEL TRABAJO

El presente Trabajo de Titulación constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, **Joffre Rubén Perero Bazán**, con cédula de identidad número **2400003220**. Declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

A handwritten signature in blue ink that reads "Joffre Perero". The signature is written in a cursive style and is positioned above a horizontal line.

Joffre Perero Bazán

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por ser la fuente principal de motivación e inspiración para cada cosa de la vida cotidiana, además porque me permite seguir viviendo para dar lo mejor de mi cada día y así poder obtener una tan anhelada profesión.

A mis padres por ser el motor que me empujaron hasta donde he llegado ahora, por apoyarme en todos estos años de sacrificio, dedicación y esfuerzo. Además, por hacer de mí una persona de bien, y de una convicción moral fuerte, ya que, gracias a ellos, soy quien soy ahora.

A mis hermanos por siempre darme apoyo moral y económico para continuar y luchar por mis sueños, ya que sin su granito de arena no hubiera llegado tan lejos.

A mis compañeros de universidad que siempre estuvieron prestos a dar su apoyo y ayuda en los momentos en los que la necesité. Siempre compartiendo sus conocimientos, aportando a los míos.

- **Joffre Rubén Perero Bazán**

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por regalarnos cada día enormes bendiciones, por poder abrir puertas cuando se necesitó de ello y ser la luz que guio el camino hasta esta gran meta, por darme fuerzas en los momentos precisos de total debilidad.

Gracias a mis padres: Dayer Perero; y Jessica Bazán. Por estar siempre para mí en los momentos difíciles y por su apoyo incondicional en mis decisiones, porque solo así pude cumplir mis sueños. Gracias de todo corazón por toda la confianza y por nunca dejar de creer en mí. También por los principios en los que me han inculcado durante toda mi vida.

Agradezco a todo el personal docente de la carrera Administración de Empresas de la Universidad Península de Santa elena, por compartir todos sus conocimientos y por tener la paciencia para dar explicaciones concretas que sirvieron de mucha ayuda para mi preparación académica.

- **Joffre Rubén Perero Bazán**

TRIBUNAL DE GRADO



Ing. Libi Caamaño López, MSc.
**DELEGADO DEL DIRECTOR (E) DE
LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS**



Ing. Sabina Villón, MSc.
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA
DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**



Ing. Manuel Serrano, MSc.
**DOCENTE TUTOR DE LA CARRERA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



Ing. Divar Castro Loor, MSc.
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA CARRERA
DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
DESARROLLO.....	3
CONCLUSIONES.....	16
RECOMENDACIONES	17
REFERENCIAS	18
ANEXOS	20
 MODELO CANVAS – FUENTES DE INGRESOS	20

FUENTES DE INGRESOS PARA LA IDEA DE NEGOCIO FOOD MARKET EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2020.

RESUMEN

Las fuentes de ingresos en una empresa son generadas cuando los clientes de esa empresa adquieren la propuesta de valor mediante la compra o consumo de un producto. Estas fuentes de ingresos es la manera en la que una empresa destina la venta de sus productos o servicios para la satisfacción de las necesidades de sus clientes. Con el estudio de las fuentes de ingresos de la idea de negocio Food Market del cantón La Libertad, se pretende analizar esas fuentes y el beneficio que le trae tanto a la idea de negocio, a las empresas como clientes, y a los usuarios o consumidores de esas empresas. Se realizó una investigación de tipo descriptiva, tomando información bibliográfica. Como resultado de la investigación se obtuvo que las fuentes de ingresos que se pueden aplicar a la idea de negocio Food Market, recaen en tres tipos, las cuales son: ingresos por suscripción, ingresos por publicidad, ingresos por cuota de servicio Delivery.

Palabras claves: Fuentes de ingresos, negocios digitales, fijación de precios.

ABSTRACT

Revenue streams in a company are generated when customers of that company acquire the value proposition through the purchase or consumption of a product. These revenue streams are the way in which a company allocates the sale of its products or services to satisfy the needs of its customers. With the study of the sources of income of the Food Market business idea in the canton of La Libertad, it is intended to analyze these sources and the benefit it brings to the business idea, to the companies as clients, and to the users or consumers of these companies. A descriptive research was carried out, taking bibliographic information. As a result of the research it was obtained that the sources of income that can be applied to the Food Market business idea, fall into three types, which are: subscription income, advertising revenue, revenue from service fee Delivery.

Key words: Revenue sources, digital business, pricing.

INTRODUCCIÓN

Las fuentes de ingresos para una empresa, son el motor que mueve el negocio. Las empresas pueden crear no solo una, sino varias fuentes de ingresos a partir de la propuesta de valor, estas fuentes pueden variar en su precio, de acuerdo al tipo que sea o al beneficio que brinden, así mismo cada una es diferente en cuanto a la determinación de la fijación del precio.

Las empresas hoy en día buscan la manera de como poder llevar a cabo el ingreso de dinero a sus capitales. El objetivo principal de esta investigación de la idea de negocio Food Market para el cantón La Libertad es el análisis de las distintas fuentes de ingresos que tiene la idea mediante la aplicación móvil de servicio de pedidos de comida en el cantón para potenciar los ingresos de los locales que expenden estos alimentos.

Si bien se sabe que las empresas tienen sus fuentes de ingresos por distintas formas, pero ¿Qué fuentes de ingresos se pueden diferenciar en la inserción de una idea de negocio de una aplicación móvil para los restaurantes de comida preparada, que han declinado sus ventas a causa de las crisis que ha enfrentado el país en los últimos años?

Las fuentes de ingresos de la idea de negocio Food Market, se encuentra distribuidas en tres tipos, las cuales se han determinado de acuerdo a la propuesta de valor de la empresa por la cual los clientes están dispuestos a pagar para su beneficio, estas fuentes son: los ingresos por suscripción a la plataforma móvil, los ingresos por publicidad o espacio en la plataforma móvil de la aplicación, y los ingresos por cuota a los servicios Delivery.

Debido a las crisis que enfrenta el Ecuador actualmente, los negocios han bajado potencialmente sus ingresos, sin embargo, existen alternativas lo suficientemente acertadas que han hecho que los negocios de comida preparada mantengan en cierto grado el ingreso de dinero a sus locales, los envíos a domicilio, los pedidos por plataformas digitales y medios convencionales han sido unos de los más sonados.

Se realiza una investigación de tipo descriptivo, además se toma información primaria y secundaria de fuentes bibliográficas, lo que ayudó a la determinación de la propuesta de valor de la idea de negocio. Además, se realizó un muestreo no probabilístico, en el cual se levantó la información de varios negocios de comida preparada y de los consumidores de estos locales, dentro del cantón la libertad en la provincia de Santa Elena.

Es importante el estudio de las fuentes de ingresos en la implementación de la idea de negocio sobre la creación de una aplicación móvil en la cual se puedan realizar pedidos y envíos de comida preparada, promoviendo el consumo de estos productos a través de la utilización de esta aplicación, lo que fomentará la potenciación de las distintas fuentes de ingresos por las cuales son posibles la circulación de dinero en los emprendimientos o microempresas.

DESARROLLO

Los ingresos son la fuente principal del funcionamiento de la empresa. Estas fuentes de ingresos se adquieren cuando el consumidor o cliente adquiere las propuestas de valor dadas por las empresas, y estas propuestas de valor se basan en la satisfacción del cliente. (Osterwalder & Pigneur, 2011)

Los emprendimientos de comida preparada pagan por recibir la propuesta de valor que ofrece Food Market, las cuales se basan en la forma de pago, las entregas a domicilio, costos variados, la ayuda al incremento de los ingresos de los emprendimientos de comida preparada, además en la seguridad que ofrece al momento de efectuar un pago o el despacho de un producto.

Los ingresos de la idea de negocio Food Market se sostienen de tres principales fuentes, las cuales son, **ingresos por suscripción** de los locales de comida preparada, **ingresos por publicidad** en la plataforma virtual, **ingresos por cuota de Delivery** en las asociaciones con estas empresas.

Aparentemente los modelos de negocios que cuentan con los *ingresos por suscripción* se tratan de algo que recién ha surgido en los últimos años, sin embargo, esto no es así, es una construcción de negocios que viene ya desde varias décadas anteriores. La cuota o prima por suscripción se refiere a un negocio que ofrece acceso a los productos o servicios que ofrece una empresa, además se genera a partir de un pago que es fijo durante lo que dure la suscripción.

Los negocios que adoptan los *ingresos por suscripción* se han destacado por el incremento de sus ingresos durante los últimos años, estos negocios atraen a muchos consumidores a nivel de todo el mundo, cada vez las categorías de búsqueda de estos modelos de negocios son mucho más variadas, entre ellos están los productos cárnicos, alimenticios, belleza, vestimenta y demás, que son los que actualmente están entre las mejores tendencias generadas por los consumidores de los productos.(Popular Impulsa, 2018)

La atracción de clientes es fuerte por ambos lados, por el lado de la empresa que contrata el servicio y la que lo vende, además el beneficio también es para el usuario. Mediante la plataforma de aplicación de la idea de negocio Food market, traen consigo el incremento de los ingresos de las empresas que ofrecen este tipo de productos (comida preparada), además la búsqueda de nuevas fuentes por las cuales les pueda ingresar dinero a los locales.

Lo que actualmente define a la economía de forma digital, es la necesidad de la búsqueda de fuentes de ingresos, esto permite y ayuda a las empresas a cumplir con los objetivos antes planteados, muchas veces se suelen establecer más de dos fuentes, uniéndose así para compartir un solo objetivo, pero con dos distintas formas de conseguirlo, conectándose ambos de una manera estricta. (Dosdoce, 2014)

La notoriedad de la flexibilidad en la economía, los modelos de negocios que se basan en la suscripción de forma periódica, mantienen al margen la flexibilidad de la economía del negocio, haciendo que este no se desvíe de su senda. La ventaja de trabajar con las suscripciones es que los clientes se mantienen fijos en un tiempo determinado o por el tiempo que dure la suscripción, es

decir, si un cliente se suscribe a la plataforma durante el periodo mensual, la empresa deberá trabajar para ese cliente durante el mes que dure la suscripción, en cuanto a los ingresos, estos también se mantienen fijos. (Dosdoce, 2014)

Los ingresos por suscripción generan beneficios tanto para el emprendimiento y para el cliente, el cliente se mantendrá fijo durante el periodo que dure la suscripción. En el instante que el cliente acepta la suscripción de su negocio dentro de la plataforma virtual, Food Market se responsabiliza y se hace cargo del compromiso del aumento de los ingresos en el emprendimiento del cliente. La idea de la suscripción es mantener los negocios de comida preparada y toda su información dentro de la plataforma.

El usuario del local del cliente podrá tener acceso a la información del local o del negocio, acceder a sus servicios y poder pagar lo que vaya a consumir, vendiéndole así la propuesta de valor de la empresa, que el cliente y sus usuarios requieren para satisfacer sus necesidades y crear experiencias mediante el uso de la plataforma que permitan que el usuario y el cliente se sigan interesando en el uso de este medio digital.

El acceso a los beneficios de la empresa se marca sin las interrupciones, un claro ejemplo de ciertas empresas que mantienen cuotas de suscripción son los centros de ejercitación como los gimnasios y sus semejantes, estos generan una suscripción para sus clientes, el cual paga un mensual por el uso de las maquinas o cualquier otro implemento que haya en el gimnasio, aparte puede obtener más beneficios como el entrenamiento con un instructor de ejercicios. O también

suele ser el caso de los videojuegos que con acceso a internet puede jugar repetidas ocasiones, siempre y cuando se encuentre suscrito al juego. (Osterwalder & Pigneur, 2011)

El cliente que se suscriba a la plataforma de Food Market está dentro de la oportunidad de poder realizar el incremento de los ingresos, además la plataforma virtual le ayudará con su posicionamiento en el mercado y reconocimiento de los productos y servicios que ofrecen los locales de comida preparada, debido a que al momento de la suscripción se cuelga un espacio en la plataforma en donde los clientes pueden ver la ubicación del local, los servicios de comida que ofrece y el precio de los mismos, además el poder ver imágenes reales de los platos que ofrece el local de comida.

Dentro de los tipos de ingresos de la idea de negocio, también están inmersos los *ingresos por publicidad*. Cuando se está refiriendo a la publicidad, se quiere decir que es aquella forma de mantener una comunicación impersonal que es pagada por una empresa o persona patrocinadora, la cual está presto a utilizar los medios de comunicación de manera masiva para que persuada o mantener informado a un grupo de personas que para las empresas son conocidas como los clientes potenciales. (Eugenia & Villa, 2007)

La relación que se tiene entre empresa y cliente es bastante estrecha, por esta razón hay que saber hacer publicidad para mantener al cliente o llamar la atención de los nuevos clientes interesados en la adquisición de un producto. Existen muchos métodos para hacer publicidad, para los distintos tipos de clientes, la publicidad comercial, para vender un producto o servicio, se enfoca siempre en el cliente, a crearle la necesidad y atraerlo con la finalidad de hacerle ver que es posible satisfacer su necesidad o cumplir con sus deseos.

La publicidad es vista de varias formas dependiendo del cliente al que se quiera llegar. Muchas veces es vista como un arte que pocos pueden hacer, ya que se necesita saber cuál es la mejor manera de llegar al cliente, para otras personas resulta ser un fenómeno que tiene que ver con la cultura, aunque sea de forma pagada y transmitido por medios de información físicos o digitales con el fin de persuadir a las personas. (Russell & Allen, 2014)

A pesar de mantener una inmensa cantidad de formas de hacer publicidad, no deja de ser un medio eficaz de llegar al cliente, pero no todo es simple, la publicidad debe encargarse también de generar ideas, forma de expresión y que esas ideas estén acompañadas de un efecto que multiplique y se riegue hacia los demás posibles compradores de un producto, para que la marca del negocio pueda ser reconocida.

Los nuevos medios por los cuales se hacen publicidad surgen desde la necesidad que se crea en los clientes y consumidores finales, esta es una de las razones por las cuales la publicidad es tan variada y toma rumbos en todos los sentidos posibles, además las necesidades de los clientes promueven a que la publicidad evolucione constantemente, adaptándose a los requerimientos del cliente. (Salguero, 2012)

Hace unos años, los posts publicitarios duraban alrededor de 30 segundos y eran retransmitidos por radios y televisión, actualmente esto ha cambiado y ya no solo es por esos medios, sino también existe la internet y las redes sociales, la publicidad se puede ver y captar a través de un celular que tenga acceso a internet.

Con el surgimiento de los nuevos métodos de hacer publicidad, también salen a la luz nuevos negocios digitales, tales como aplicaciones móviles que brindan publicidad a las empresas contratantes del servicio, esto les permite a los negocios actuar de manera oportuna hacia un mercado que cada vez es más competitivo y se adapta mucho mejor a los cambios tecnológicos que enfrenta el mundo.

Desde el inicio de las aplicaciones móviles y el manejo de las redes sociales por parte de los usuarios de la internet, el servicio que brindan este tipo de páginas y aplicaciones ha ido en constante desarrollo y crecimiento, han llegado a tener una adaptabilidad bastante fuerte para contrastar las necesidades que tienen tanto las empresas, y los clientes, llevando a las aplicaciones y páginas web a tener una cantidad sumamente alta de usuarios, en muy poco tiempo un local nuevo o negocio nuevo busca gestionar sus actividades por medio de la digitalización, y hacerlos conocer mediante las publicidades que ya se pueden dar por varios medios que se adapten al negocio. (Alonso Martirena, 2014)

Las aplicaciones móviles son una excelente propuesta para atraer clientes a través de la publicidad, ya sea para las empresas, organizaciones o personas naturales que buscan dar a conocer sus productos o servicios que ofrecen a través de los medios digitales de tendencias actuales, ahora es mucho más fácil porque están en la disponibilidad de hacerlo mediante cualquier medio que tenga acceso a internet, siendo una muy buena alternativa para las empresas.

La idea de negocio Food Market, encargada de la atracción de nuevos clientes en la era digital, también brinda servicios de publicidad a las empresas que lo requieran, el cual también será beneficioso para los clientes, ya que el usuario de la app podrá conocer nuevos negocios que se adapten a sus preferencias.

Para Food Market los ingresos por publicidad son una excelente alternativa para beneficiarse económicamente y también brindar el beneficio a las empresas, más a las de comida preparada que es el principal cliente, el aumento de los ingresos a este tipo de negocios es uno de los objetivos que tiene Food Market, Además los locales podrán promocionar sus productos o servicios a través de la aplicación, contando con un espacio en el cual el usuario de la aplicación podrá ver los productos de la empresa, así mismo como sus promociones.

Como tercera fuente de ingreso de la idea de negocio, se encuentran los *ingresos por cuota por servicios Delivery*. Es necesario conocer el término que se deriva de la literatura inglesa en la cual la palabra “Delivery” posee el significado de *entrega*, es decir, el proceso que conlleva a la logística de un envío que, en tiempos anteriores a los actuales, los realizaba el mismo consumidor, pero con las tendencias actuales y el cambio a la cultura digital, son las empresas las que brindan este servicio para darle mucha más comodidad al usuario o al cliente. (Correa-Barúa et al., 2019)

La logística que lleva consigo un servicio Delivery, no es tan fácil, pues la empresa debe conocer el lugar exacto de la entrega, entonces, debe estar al tanto de la ubicación, el lugar, e incluso una referencia de cómo es el lugar y la persona que lo va a recibir, esto ayuda a una entrega más inmediata y mucho más personalizada, mejorando la experiencia del cliente.

Los servicios de entrega a domicilio se encuentran en plena cima, pues como los negocios se han convertido de un negocio de manera convencional a un modelo de negocio totalmente digital o mixto, los servicios de entrega a domicilio facilitan en cierta parte la vida de las personas y evitan salir de sus casas por cuestiones que estén pasando al momento de adquirir un producto o un servicio, ya que se sienten mucho más cómodos que el producto les llegue a sus casas o al lugar en el que se encuentren a que ellos vayan a retirar el producto al lugar de distribución. (Correa-Barúa et al., 2019)

Los servicios Delivery se han convertido en uno de los medios de adquisición de productos más comunes en los últimos años, con las crisis que enfrenta el mundo, el cambio de los negocios a manera digital, llevaron también al surgimiento de los servicios de entrega a domicilio, en la que las empresas pueden enviar un producto hasta la puerta del hogar de su cliente, o simplemente el usuario pide un producto al servicio Delivery y este se encarga de conseguirlo y llevarlo.

Los servicios de entrega a domicilio en los tiempos de enfermedades, ayudan a la prevención de estas, por motivo de que los clientes evitan el contacto con las demás personas dentro y fuera del local en el que adquieren el producto. Los usuarios y tratan de evitar que los adultos mayores quienes son los más propensos a contraer enfermedades mucho más rápido, ya que su sistema de defensa inmune es mucho más bajo que el de una persona joven. El único contacto que pueden tener es con la persona que le entrega el producto en su domicilio. (Mózo, 2017)

En la época actual, con la crisis sanitaria que vive el país, los servicios Delivery se han disparado, creciendo constantemente, y cada vez surgen más. Se ha creado una cultura de compra que antes no existía, ahora es muy común realizar compras por este tipo de servicios, y mucho más cómodo, ya que no es necesario salir de casa, basta con una llamada o con el acceso a una plataforma virtual para realizar una entrega a domicilio.

El *ingreso por servicios de entrega a domicilio* de la idea de negocio Food Market, no es porque la empresa posea el servicio, más bien se crean alianzas estratégicas con los servicios Delivery, el cual Food Market se ofrece a darle un número determinado de envíos a lo largo de un tiempo y a cambio los negocios de entrega a domicilio entregan un pequeño porcentaje del pago que le realiza el usuario.

Las alianzas estratégicas con los negocios Delivery del cantón La Libertad, potencia el crecimiento de las ventas de los locales de comida preparada y a su vez el incremento de los ingresos de los servicios Delivery ya que es Food Market la que se encargará de contactar al servicio para que realice la entrega, a cambio del incremento de los ingresos, estos servicios destinarán una pequeña parte de sus ingresos a la empresa, ya que ella es la que se encarga de conseguirle los envíos a domicilio.

El usuario que adquiere el servicio de comida en cualquier local de preferencia dentro de la plataforma, tiene la opción de recoger el pedido en el local, o a su vez puede seleccionar las opciones de servicios Delivery para que la plataforma lo reciba y de esta manera transferirlo a un Delivery para que recoja el producto y lo entregue en el domicilio de la persona que realizó la

compra. Además, el usuario puede realizar el pago mediante tarjeta de crédito o pagar en el local donde recoge el producto.

En cuanto a *precio* este se define como un monto de dinero que una persona paga por un producto o servicio a un vendedor, esta transacción es el intercambio del dinero por el bien o servicio, es decir, que el producto es relativamente equivalente al monto de dinero que el comprador entrega al vendedor, pero muchas veces el precio también depende de una negociación. (Asmundson, 2013)

El dinero que se entrega a cambio de un bien o servicio es denominado como precio, este precio puede variar según el contexto o la negociación, es decir, el vendedor fija un precio a su producto, pero el comprador está dispuesto a pagar otro precio, el vendedor tiene que valorar el producto a fin de obtener ganancias, es decir, venderlo a un precio más alto del coste. De no ser así la transacción no puede efectuarse.

Cuando se refiere a la fijación de precios, es tener en cuenta que los precios poseen un papel primordial en las teorías económicas, ya que estas ayudan a determinar el mismo, esta fijación del precio se puede llevar a cabo de distintas formas, las decisiones del precio tienen una gran influencia sobre las decisiones de los consumidores, además este puede variar en un corto plazo. (Felipa, 2012)

La fijación de precios se la puede determinar de distintas formas, como se tiene una idea de negocio en la cual los ingresos se dan por suscripción, publicidad y por cuotas de delivery, el

precio se fija de acuerdo a lo más conveniente para la idea de negocio, lo cual muchas veces es una tarea complicada de definir.

Determinar un precio es un desafío de las ideas de negocios, ya que se debe tomar la decisión más acertada posible. Para ello, se necesita conocer al mercado, la competencia y los costes que requiere en la fabricación de un bien o la prestación de un servicio, este precio que se fija sirve como base de una negociación que se puede llevar a cabo entre el comprador y el vendedor. (Flores, 2016)

Existen varios métodos o estrategias para la fijación de precios, entre ellos están los precios basados en la competencia y los precios basados en los costes. De los cuales se toman en cuenta para la idea de negocio Food Market, que trata de mantener un precio ni muy por debajo, ni muy por encima de la competencia, además tomando en cuenta la calidad del servicio y los beneficios que trae la idea de negocio para los emprendimientos de comida preparada.

Muchas empresas mantienen una fijación de precios de acuerdo a la competencia, solo por el simple hecho de hacerles frente y de no dejar que la competencia gane, pero si hay un líder en el mercado, estas empresas no pueden establecer un precio fuera del rango de esos precios de la competencia, ya que eso determinaría el fracaso del emprendimiento o de la idea del negocio. (Flores, 2016)

La inserción de la palabra competencia o la competencia como tal, se refiere a la una acepción muy cercana o similar a la que propone un tema, con similitudes en aptitud, es decir,

aspirar a obtener algo u estar de acuerdo con algo en ciertas cosas, pero en torno a las empresas siempre se debe ser competitivo, pero generando un factor diferenciador. (Gomez, 2016)

Food Market determina el precio en base a la competencia de las suscripciones y de los servicios de publicidad, ya que estas se realizan de manera mensual. El precio de las suscripciones de otras aplicaciones varía de entre \$15 y \$20 dólares, por lo que Food Market determina un precio en base a la competencia de \$15 dólares mensuales, a fin de que el suscriptor obtenga un número aproximado de 100 pedidos al mes a través de la aplicación móvil.

En cuanto a la fijación de precio de la publicidad también se basa conforme a la competencia, ya que no se puede estar por encima de este precio, principalmente se basa en un precio de \$0,50 a \$2 dólares por las visitas que se generen en la plataforma de acuerdo a su publicidad. Para Food Market fija un precio de \$60 cts por cada vez que un usuario de la app se interesa por la publicidad y realice una visita a las páginas del emprendimiento de comida preparada.

La fijación de precios conforme a los costos es necesario saber que estos son los desembolsos, ya sea actuales o anteriores que intervienen en el proceso de producción de un bien o en la prestación de un servicio, para lo cual se tienen en cuenta varios factores o elementos como la mano de obra o los materiales que se utilizan en el proceso productivo. (Sandino Olier, 2017)

Para los ingresos por servicios Delivery, se basan en los costos que generan este tipo de servicios. Como la idea es formar alianzas estratégicas, la empresa se encarga de determinar un

número de envíos que van desde los 150 pedidos mensuales, del cual se fija un coste por cada envío del 8% de cada envío, es decir, si el servicio Delivery tiene un costo de \$2,00. El Delivery deberá pagar a Food Market 16 centavos por la obtención fácil del envío.

CONCLUSIONES

- Los ingresos por suscripción, por publicidad y la cuota por el servicio Delivery, son las tres principales fuentes de ingresos de la idea de negocio Food Market, realizando estos tres tipos de ingresos, las empresas contratantes del servicio que brinda la plataforma digital, serán beneficiosos tanto para los negocios de comida preparada, para los servicios Delivery, para los usuarios de la app y también para Food Market.
- La búsqueda constante de los clientes por parte de las empresas se ha vuelto cada vez más competitiva, es por esto que los locales de comida requieren del uso de la plataforma, la cual los ayuda con la atracción de nuevos clientes, retenimiento de los actuales y al incremento de los ingresos, además de fomentar el negocio digital a través de la aplicación, sin dejar de lado las empresas que tienen una idea de negocio convencional, adaptándola poco a poco a un negocio digital.

RECOMENDACIONES

Se recomienda implementar estas fuentes de ingresos en la idea de negocio, ya que son clave para la venta de la propuesta de valor, ya que al cliente no solo se le vende un producto, se vende satisfacción y experiencia. Con la fijación de estas tres fuentes de ingresos, los beneficios serán tanto para la idea de negocio como para los locales de comida preparada que es el principal punto de mira de Food Market.

Se debe establecer alianzas estratégicas con otras empresas o negocios ya que son una clave para el incremento de los ingresos, mediante estas alianzas se pueden llegar a ciertos acuerdos económicos que beneficien a ambas partes, como, por ejemplo, Food Market consigue un cierto número de clientes a otra en alianza, a cambio de que esta le entregue beneficios económicos por haber obtenido esos clientes.

REFERENCIAS

Alonso Martirena, M. (2014). *Publicidad en la web 2.0: Análisis del Negocio de las Redes Sociales como Canal de Publicidad.*

Asmundson, I. (2013). *¿Qué es un precio?* • *Finanzas y Desarrollo* • *Diciembre de 2013.*
<https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2013/12/pdf/basics.pdf>

Correa-Barúa, R., Figueroa, B., Lima, Z., & De, M. (2019). *Plan De Negocio: Servicio Delivery Por Conveniencia “2Go.”*

Dosdoce. (2014). Nuevos modelos de negocios en la era digital. *Conlicencia.Com*, 92.
http://www.dosdoce.com/upload/ficheros/noticias/201409/modelos_de_negocio_pdf.pdf

Eugenia, M., & Villa, Á. (2007). La publicidad, el mercadeo directo, la promoción y las relaciones públicas en el mercadeo de bienes industriales en Antioquia. *Benchmarking*, 43, 65–77.

Felipa, B. (2012). *Precios : Marketing Y Economia.*

Flores, H. P. (2016). *Incidencia de la fijación de precios de venta del producto en los niveles de competitividad de las MIPYMES productoras de Tabaco en el municipio de Estelí, ciclo productivo 2015.* 146.

Gomez, E. (2016). En torno al concepto de competencia: un análisis de fuentes. *Revista de Curriculum y Formación de Profesorado.*

Mózo, B. S. (2017). Servicio Delivery De Comida Casera Para Adultos Mayores. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

<file:///C:/Users/User/Downloads/fvm939e.pdf>

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). Generacion De Modelos De Negocio. *Deusto S.a. Ediciones*, 288. <https://cecma.com.ar/wp-content/uploads/2019/04/generacion-de-modelos-de-negocio.pdf>

Popular Impulsa. (2018, September 24). *¿Qué son los modelos de negocios por suscripción?* | *Impulsa Popular* | *Banco Popular Dominicano : Impulsa Popular* | *Banco Popular Dominicano*. <https://www.impulsapopular.com/marketing/que-son-los-modelos-de-negocios-por-suscripcion/>

Rusell, T., & Allen, C. (2014). *Publicidad y elementos. 1*, 1–62.

<http://glifos.unis.edu.gt/digital/tesis/2004/10394.pdf>

Salguero, A. (2012). *Análisis del impacto de la publicidad digital en los adolescentes a través de las redes sociales facebook y twitter durante el perioso 2008-2011*.

Sandino Olier, R. (2017). Costos y presupuestos. *Costos y Presupuestos*.

<https://doi.org/10.33132/9789585460126>

ANEXOS

MODELO CANVAS – FUENTES DE INGRESOS

