



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**

TÍTULO:

**FUENTES DE INGRESO PARA LA IDEA DE NEGOCIOS PLATAFORMA
VIRTUAL DE SERVICIOS SALLY EN LA PROVINCIA DE SANTA
ELENA, AÑO 2020.**

AUTOR:

GÉNESIS ESTEPHANÍA HIDALGO MOREIRA

TUTOR:

ING. MIGUEL SERRANO LUYO MSC

LA LIBERTAD, ECUADOR

2021

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR

En mi calidad de Profesor Tutor del Ensayo titulado, “FUENTES DE INGRESO PARA LA IDEA DE NEGOCIOS PLATAFORMA VIRTUAL DE SERVICIOS SALLY EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2020”, elaborado por el señor HIDALGO MOREIRA GÉNESIS ESTEPHANÍA, 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



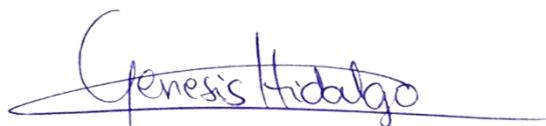
Ing. Manuel Serrano Luyo, Msc

PROFESOR 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, HIDALGO MOREIRA GÉNESIS ESTEPHANÍA con cédula de identidad número 0940192222, 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.



Génesis Estephanía Hidalgo Moreira

ESTUDIANTE

DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado en primer lugar a Dios, quien me ha brindado la sabiduría necesaria para poder continuar con mis estudios y así llegar hasta donde estoy ahora. A mi madre Gioconda Moreira Pincay, por apoyarme en los momentos que mas lo he necesitado y a todas esas personas de las cuales estuve rodeada durante todo mi periodo universitario. También a aquella mujer que siempre me cuidó y me incentivó a que siga adelante con mi carrera, Mary Rivera, aunque ya no se encuentre con nosotros siempre la llevaré presente en mi corazón.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento más sincero para la Ing. Sabina Villón y el Ing. Manuel Serrano Luyo, Msc quienes estuvieron siempre pendiente de los avances y progreso del presente trabajo, ya que con su ayuda se pudo culminar con éxito el proyecto. A la universidad que me abrió las puertas para continuar preparándome en una grandiosa carrera, la cual me ha dejado muchos compañeros y amigos. Como no agradecer a aquellos docentes quienes estuvieron durante mi formación académica como el Ing, Divar Castro, Msc quién siempre estuvo presente en cada uno de mis logros, apoyándome con esa voz de aliento que elevaba mis ánimos los cuales muchas veces me faltaban para continuar.

Génesis Estephanía Hidalgo Moreira

TRIBUNAL DE GRADO



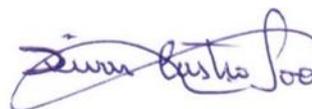
Ing. Libi Caamaño López, MSc.
**DELEGADO DEL DIRECTOR (E) DE
LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS**



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 Loo, MSc.
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA CARRERA
DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



Hidalgo Moreira Génesis Estephanía
C.C 0940192222

ESTUDIANTE

INDICE

RESUMEN	x
ABSTRACT.....	xi
INTRODUCCION	1
DESARROLLO.....	2
Fuentes de ingreso	2
Tipos de fuentes de ingreso	3
Maneras de generar fuentes de ingreso	4
Fijación de precios.....	8
Mecanismo utilizado para la fijación de precios	9
Estrategias para fijación del precio	9
Fijación del precio para la idea de negocio.....	10
CONCLUSIONES.....	12
RECOMENDACIONES	13
REFERENCIAS	14
ANEXOS	16

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Lienzo Canvas: Publicidad 16

Cuadro 2 Lienzo Canvas: Cuota por suscripción 16

INDICE DE TABLA

Tabla 1 Fuentes de Ingresos mensuales y anual.....	17
Tabla 2 Ingresos mensuales	17
Tabla 3 Ganancias mensuales	17

RESUMEN

El objetivo del estudio es determinar las fuentes de ingreso y fijar los precios de los servicios de la idea de negocios de la plataforma web Sally. De acuerdo a aquello la metodología empleada en este proyecto es de una investigación de carácter exploratorio debido a que no hay una información suficiente tanto experiencial como documental sobre fuentes de ingresos en plataformas virtuales con e-commerce. Para la investigación se plantearon dos fuentes de ingreso, la cuota por suscripción y la publicidad, estas fuentes permiten que los clientes tengan una visión optimista en sus negocios ya que el objetivo de la investigación es que las empresas puedan optar por una alternativa, que bien gestionada puede potencialmente generar un incremento en sus ingresos, de tal manera que este tipo de negocios de venta de artículos en línea sean reconocidos por esos segmentos que frecuentan las plataformas virtuales para la adquisición de bienes y servicios.

Palabras clave: Fuentes de ingreso, fijación de precios, idea de negocio.

ABSTRACT

The objective of the study is to determine the sources of income and to set the prices of the services of the business idea of the Sally web platform. According to what the methodology used in this project is an exploratory investigation because there is not enough information, both experiential and documentary, on sources of income in virtual platforms with e-eating. For the research, two sources of income were raised, the subscription fee and advertising, these sources allow clients to have an optimistic vision in their businesses since the objective of the research is that companies can choose an alternative, which is good managed can potentially generate an increase in your income. in such a way that this type of business for the sale of online items is recognized by those segments that frequent virtual platforms to be the acquisition of goods and services.

Keywords: Sources of income, pricing, business idea.

INTRODUCCION

Las fuentes de ingreso son una parte fundamental de los proyectos ya que permitirá que se mantenga operando y que pueda generar beneficios. Un punto muy relevante es que no se debe depender de una sola fuente de ingresos para vender un bien o servicio, por ello se deben tener algunas opciones para que su crecimiento no sea limitado.

La importancia de este estudio es que permite a las empresas recientes y las ya establecidas en el mercado, buscan la posibilidad de incrementar sus ingresos, siendo así para la plataforma Sally una de las principales opciones para promocionar sus servicios técnicos y de mantenimiento, actuando como un intermediario virtual en el cual los clientes podrán obtener los datos para contactarse directamente con la empresa.

Es necesario para los negocios contar con este servicio, pues es una herramienta que les ayudará a ser más reconocidas y de acuerdo a ello tendrán un aumento de clientes. La finalidad de Sally es evitar que las personas salgan de sus hogares para poder obtener una asistencia sino más bien que los trabajadores se acerquen a su domicilio para brindar el servicio.

Los emprendedores que desean surgir en sus negocios esencialmente deben de conocer sobre este tema y de esta manera obtendrán mayores ventajas con respecto a su competencia. Ya que el mercado es cada vez más exigente, todo se maneja de manera virtual en la actualidad y se requiere acoplarse a estos cambios e innovar y a su vez captar nuevos segmentos de clientes, de acuerdo a todo lo planteado, el objetivo del estudio es determinar las fuentes de ingreso y fijar los precios de los servicios de la idea de negocios de la plataforma web Sally con una metodología de carácter exploratorio debido a que no existe información suficiente sobre fuentes de ingreso de plataforma virtuales con e-comers.

DESARROLLO

Fuentes de ingreso

Según (Cormani, 2020) El concepto fuentes de ingresos viene del inglés (revenue streams) y es uno de los nueve bloques que compone un modelo de negocios. Es un término que, a mi parecer, todavía es muy poco utilizado y de ahí mi interés de escribir sobre este tema en este artículo. Una definición certera de este término es que las fuentes de ingresos es la manera o forma en que las empresas venden sus productos o servicios a sus clientes.

Cuando hablamos de las fuentes de ingreso entendemos que es aquello que se recibe directamente del cliente, se pueden definir distintos flujos dependiendo del segmento, teniendo en cuenta que estos sean varios y no depender solo de una fuente ya que hará que su desarrollo sea reducido, sino más bien que aquello sea ilimitado y constante.

Si los clientes representan el corazón de un modelo de negocios, las fuentes de ingreso son sus arterias. Una empresa debe preguntarse a sí misma, ¿Qué valor está dispuesto a pagar cada segmento de mercado? Responder exitosamente esta pregunta permite a la empresa generar una o más fuentes de ingreso para cada segmento de mercado. Cada fuente de ingreso puede tener un mecanismo de precios diferente, como una lista de precios fijos, regateo, subasta, dependiente del mercado, dependiente del volumen, o gerencia de márgenes. (Osterwalder & Pigneur , 2004)

Esto permite que se obtengan beneficios económicos para la idea de negocio, la mejor manera de renovar esto se basa en variar las fuentes de ingreso de manera que se pueda aprovechar al máximo la propuesta de valor, consiguiendo una estabilidad económica en el negocio siendo visitado por una variedad de personas.

Según (Giraldo, 2019) El principal objetivo que cumplen las plataformas digitales es facilitar la ejecución de tareas a través de programas o aplicación en un mismo lugar en la

web. Como existe una gran variedad de plataformas digitales, los objetivos específicos de cada una de ellas varían de acuerdo con la necesidad de los usuarios.

La plataforma web Sally es una idea de negocio que se estableció de acuerdo a la necesidad que tienen los emprendedores de seguir generando innovación en sus empresas, también para que se le pueda brindar una mejor atención a sus clientes, facilitándole la obtención de sus datos y detalles de cada uno de los servicios técnicos y de mantenimiento que ofrecen, de tal manera que tengan un incremento en factores importantes como los clientes e ingresos.

La noción de que hay que tener un capital para lograr concebir un negocio propio o generar ingresos, se ha ido transfigurando con el paso del tiempo. El uso de Internet, permite poner en práctica algunas alternativas económicas que no demanden la necesidad de realizar inversiones monetarias para percibir ganancias. (Méndez, 2018)

Para el desarrollo de Sally se debe identificar los tipos de fuentes de ingresos a emplear, esto debe ser validado con el consumidor, es decir comprobar si los clientes están dispuestos a pagar el valor que se establezca, también cuanto puede, quiere y desean cancelar por el servicio ofrecido.

Se debe lograr un aumento considerable en el volumen del número de ventas en la plataforma virtual, mayor será el flujo de ingresos que la empresa obtendrá de esta idea de negocios. Por lo que se tendrá que dedicar precisamente en esto, por medio de la cuota de suscripción y la publicidad.

Tipos de fuentes de ingreso

Según (Moya, 2014) Las fuentes de ingreso se refieren al origen de tus beneficios económicos para tu empresa que pueden variar en dos tipos de transacciones: Individuales

(venta puntual de un servicio o producto). Recurrentes (arrendamiento, cuota mensual, suscripción): más fidelización (engagement) del cliente y menos esfuerzo comercial inicial).

Todo negocio o proyecto necesita y debe tener una fuente de ingreso para que se pueda determinar la rentabilidad o viabilidad del mismo, es por ello que siempre se debe de ver primero el mercado al que va dirigido y cuáles serían los métodos de cobro que se va a utilizar en base a los modelos de ingresos ya mencionados.

En este caso lo más recomendable es el modelo recurrente, debido a que los cobros por los servicios que ofrece Sally serán realizados mensualmente, por el hecho de ser una plataforma virtual de servicios los cobros se realizarán mensualmente, de manera que se genere una fuente de ingresos constante, consistente y que provea una mayor estabilidad evitando fluctuaciones siendo más predecibles.

Maneras de generar fuentes de ingreso

(Agencia eCommerce México, 2017) Los modelos de ingresos del comercio electrónico son las fuentes de donde se obtienen las ganancias. También, son el conjunto de mecanismos que utiliza el negocio electrónico para generar utilidades. Por la misma definición de comercio en línea, todo sitio web diseñado para generar operaciones de venta, las fuentes de ingresos son bastante amplias.

Las diversas maneras de generar ingresos hacen que Sally sea una herramienta poderosa, generando dinero incluso en momentos difíciles como los de pandemia en los cuales las personas no podían salir a realizar sus transacciones personalmente, así que es una estrategia para que las personas opten por utilizarla.

A continuación, se detallan los tipos de modelos de fuentes de ingreso:

1.- Venta directa: El flujo de ingresos Canvas también dispone de la venta de activos como una fuente de ingresos. Se refiere a cuando tu propuesta de valor proporciona a los

clientes los derechos sobre el producto. El cliente es el dueño absoluto del producto o el servicio, para darle el uso que crea conveniente. Es la venta de bienes de diferentes categorías. (Zambrano, 2020)

Aquí se les brinda a los clientes los derechos de propiedad al momento de venderla, es decir que la venta de un producto la persona que lo adquiera puede darle el uso que el requiera debido a que pagó por adquirirlo.

2.- Cuota por suscripción: Según (Banda, 2016) Una suscripción o subscripción es un proceso mediante el cual una persona paga una cuota o un porcentaje de dinero para disfrutar de un servicio, bien o producto. Por tanto, el concepto de suscripción hace referencia a un modelo de negocio que se basa en el acceso por un periodo de tiempo determinado a dicho producto, bien o servicio.

En este punto el cliente debe realizar pagos, pero estos serán de acuerdo al uso que le da a los servicios prestados, y depende de cuantos utilice, es decir conlleva a ser un monto proporcional.

3.- Concesión de licencias: La empresa recibe ingresos mediante el uso autorizado de nuestro producto o servicio. Aquí se incluyen las licencias de propiedad intelectual, derechos de autor de una marca o una patente. (Zambrano, 2020)

Los usuarios deben cancelar valores no fijos, como lo indica el texto que se refiere a la explotación de la propuesta, pero de manera autorizada con la finalidad de usos comerciales o industriales.

4.- Arrendamiento: Esta fuente de ingresos surge de la concesión temporal, a cambio de una tarifa, de un derecho exclusivo para utilizar un activo determinado durante un período de tiempo establecido. Para el prestamista, la ventaja de este tipo de negocio es que genera ingresos recurrentes. (Osterwalder & Pigneur , 2004)

Estos ingresos son obtenidos mediante el alquiler normalmente generados por el sector de inmobiliaria, estas suelen ser constantes debido a que los pagos son fijados al momento de pactar un contrato de la propiedad arrendada.

5.- Corretaje: Los gastos de corretaje se derivan de los servicios de intermediación realizados en nombre de dos o más partes. Los proveedores de tarjetas de crédito, por ejemplo, reciben un porcentaje de cada transacción de venta realizada por un cliente en un comercio que acepta el pago con tarjeta. Los corredores y agentes inmobiliarios obtienen una comisión cada vez que consiguen una venta. (Osterwalder & Pigneur , 2004)

Estos generalmente son captados en ciertos porcentajes que van de acuerdo al valor que se acumule por las compras que los individuos realicen en partes.

6.- Publicidad: Según (Puon, 2013) Existen varias definiciones de publicidad, las cuales coinciden en lo siguiente: dar a conocer un producto o servicio utilizando un medio como vehículo para llegar al individuo.

Esto se refiere a espacios visibles físicos o virtuales alquilados para el aplazamiento publicitario de marcas o empresas.

Fuentes de ingreso escogidas para la idea de negocio:

Para esta idea de negocio que se refiere a una plataforma virtual dirigida a empresarios que innoven su negocio, por este motivo es que se han escogido dos maneras para generar fuentes de ingreso, siendo estas las más recomendables para el surgimiento de la misma.

La cuota de suscripción se ha escogido este flujo de acuerdo al proyecto, pues es una plataforma virtual y por ello se requiere que los pagos por el servicio ofrecido al cliente

(empresario) sean cancelados, cubriendo las necesidades y a su vez producir la meta de tener una fidelidad de los clientes.

Esto será a cambio de un paquete de servicios, el cual contiene la publicación de imágenes en la cuales estarán detallados sus servicios y los datos de la empresa como los contactos, dirección, etc. De esta manera se busca que exista una relación directa con la empresa y será por un plazo determinado o hasta cuando él lo requiera.

La publicidad es uno de los modelos que a largo y mediano plazo produce más ganancias, el éxito de este paquete es que el usuario obtendrá contenido viral, en todas las redes sociales de la empresa y principalmente en la plataforma será destacado, lo cual les servirá fundamentalmente para la atracción de personas al sitio e incrementar posibilidades de ingresos.

Esta fuente es considerada esencial ya que, es un punto extra para que los emprendedores puedan posicionarse en comparación del resto, dando a conocer ofertas, productos o servicios nuevos, haciendo que las personas que vean aquello les parezca interesante y accedan a adquirirlos, esto se promocionará en Facebook, WhatsApp e Instagram.

Las dos maneras de fuentes de ingreso son idóneas para Sally, sin embargo, la cuota por suscripción en un largo plazo genera una ventaja por lo que el volumen en los ingresos es mayor, siendo este un pago fijo y regular por el cual los usuarios deben cancelar por un tiempo definido y determinado por el uso de esta herramienta virtual.

Por otra parte, en la publicidad se obtendrán pagos intermitentes dependiendo de las veces en las que el cliente o empresas de ventas de insumo las soliciten, hace que no sea un ingreso fijo por el cual la idea de negocio pueda subsistir, no obstante, esto produce un incremento en las ganancias de Sally.

Fijación de precios

Las decisiones de fijación de precios son decisiones estratégicas sobre cuánto cobrar por los productos o servicios de una compañía. Estas decisiones afectan las ventas de la empresa y por consiguiente los ingresos y las utilidades. (Villegas, 2002)

Para la idea de negocio Sally la fijación de precios establecida contribuye favorablemente a la rentabilidad de lo que se vende, los precios son muy cómodos y accesibles para que los emprendedores obtén por acceder con facilidad a cada una de las opciones que se les brinda, generando una buena demanda.

La dificultad de fijar los precios de los servicios radica sobre todo en su intangibilidad. Los servicios no son algo material, constituyen más bien una experiencia. No se pueden valorar hasta después de la compra y algunas de sus características son difíciles de juzgar incluso después de su consumo. Para desplegar una estrategia de precios eficaz, la empresa debe seguir unos pasos que le permitan maximizar las ventas, obtener una cuota de mercado, hacer frente a la competencia y conseguir que el cliente perciba el servicio de manera positiva. (Emprendedores.es, 2020)

Fijar los precios de las empresas de servicios suelen ser un poco más complejos de definir en comparación de las empresas que comercializan bienes, debido a que entran en juego elementos más difíciles de medir. Por ende, el costo que se cancela por un servicio cuenta con varias denominaciones, estas son determinadas por su naturaleza.

Es importante pararse a analizar quiénes van a ser tus clientes, que productos o servicios les vas a ofrecer y a qué precio. Sé que es complicado fijar un número exacto de ventas, pero tienes que mojararte y pensar, por ejemplo, en el peor de los casos: ¿Cuánto podría vender al mes? ¿Es suficiente para cubrir mis gastos? (Serena A. H., 2017)

Mecanismo utilizado para la fijación de precios

El método de promedio de mercado consiste en hallar el precio promedio que existe para el tipo de producto en el mercado (por ejemplo, acudiendo a los locales de la competencia o investigando en Internet), y luego fijar un precio en base a dicho promedio. (K., 2019)

Esta es la opción más recomendable ya que los valores para cada una de las fuentes de ingreso como costo por suscripción y publicidad se lo estableció de acuerdo a los precios ya dados en el mercado de la provincia de Santa Elena obtenidas por medio de investigaciones realizadas en documentos de internet.

Estrategias para fijación del precio

(Tuca, 2018) La decisión de fijar el precio a un producto tiene una importancia crucial en su éxito a corto plazo. Un precio que sea incoherente con la calidad, con la propuesta de posicionamiento, con la estructura de comercialización o con las posibilidades del público objetivo al que va dirigido, hará que todo el conjunto se vea desenfocado reduciendo drásticamente la probabilidad de una venta con éxito o de una repetición de compra.

Se debe tomar en cuenta varios puntos estratégicos para la fijación de precios,

Hay dos estrategias más usadas las cuales se escogen dependiendo nuestros objetivos las cuales de detallas a continuación:

1.- El descremado de precios puede considerarse una forma de discriminación de precio. Con el lanzamiento de un nuevo producto, se establece un precio muy alto al principio para maximizar la ganancia vendiendo el producto a los "usuarios pioneros". (Grasset, 2015)

Esta estrategia nos permite proponer precios altos los cuales están dirigidos a los segmentos que están dispuestos a pagar por un producto, lo cual para Sally que es un servicio

virtual no es tan recomendable debido a que existen muchas empresas que cobran precios similares al del mercado.

2.- La estrategia de precios de penetración tiene como principales objetivos: Penetrar de inmediato en el mercado masivo, generar un volumen sustancial de ventas, lograr una gran participación en el mercado meta, desalentar a otras empresas de introducir productos competidores y atraer nuevos clientes o clientes adicionales que son sensibles al precio.

(Thompson, 2007)

Se trata de un precio más concreto, similar a la competencia. En este caso se requiere esta estrategia debido a que el precio que se establece es con respecto al consumidor, ajustándose, ya que el volumen de la demanda de las unidades vendidas serán la recompensa de aquello.

Sally busca acoplarse a los costos monetarios que ya están establecidos en el mercado, la idea es que sean factibles tanto para la empresa como para los clientes y por supuesto que estos negocios sean beneficiados al momento de vender sus servicios mutuamente dependientes para maximizar sus ganancias.

Fijación del precio para la idea de negocio

Pues la fijación del precio se la ha realizado por conveniencia del suscriptor, es decir que de acuerdo a las posibles ventas que tenga se ha establecido un valor en el cual ellos tengan un margen de ganancia que sea factible y beneficioso para su empresa permitiéndole generar mayores ingresos por medio de la plataforma web.

Este método consiste en , si una empresa que ya es cliente nuestro, se dedica a brindar el servicio de mantenimiento de computadoras, logra obtener 10 ventas al mes a un costo de \$20 ,00 por cada una de ellas y el precio mensual de la cuota de suscripción es de \$10,00

significa que sus ganancias mensuales por medio de la plataforma serán de \$190,00 mensuales los cuales son generados por este servicio obtenido.

Este ejercicio se detalla en tabla#1

Mientras que en la fijación de precios por publicidad se detalla de una manera similar, pero como estos ingresos no son regulares de tal manera se estableció un precio al igual que la cuota de suscripción de \$10,00 para resaltar sus servicios entre las demás empresas.

Un ejemplo es que, si un cliente opta por solicitar el servicio de la publicidad adicional, estaría invirtiendo \$20, 00 al mes y si por medio de la publicidad se aumentan 10 ventas más al mismo precio, lo cual sumaría a 20 servicios pactados al mes, esto estaría generando que sus ganancias aumenten en \$380 mensuales lo cual es un volumen considerable para que la empresa obtenga mayores ingresos.

Este ejercicio se detalla en tabla #2

Como resultados se obtiene que las fuentes de ingreso mas recomendable para la idea de negocio son las de publicidad y cuota por suscripción, ya que son las herramientas más factibles para que los consumidores opten por ser partes de este servicio que brindará Sally. Y que el precio establecido para nuestro mercado objetivo será de diez dólares por cada una de las fuentes de ingresos planteadas, de acuerdo a los posibles clientes potenciales.

CONCLUSIONES

Se concluye que entrar en un profundo análisis de descubrir e identificar las diversas fuentes de ingreso que tiene un negocio es clave porque me permite maximizar mis posibilidades de recibir beneficios, no de una sola vía si no que sean diversas con estas fuentes de ingresos. La fijación de precios de acuerdo a esta idea de negocios es muy relevante, ya que de eso depende que c, permitiéndole obtener mayores beneficios.

RECOMENDACIONES

- Se deberían implementar nuevas fuentes de ingreso conforme al segmento de clientes que se vayan captando.
- Sally en un futuro podría mejorar los precios ya establecidos de manera que estos contribuyan en un aumento de los ingresos para la empresa.

REFERENCIAS

Agencia eCommerce México. (15 de Mayo de 2017). *Terrabionic* . Obtenido de <https://e-commerce.terrabionic.mx/planeacion/oportunidades-de-crecimiento/modelos-de-ingresos-del-comercio-electronico/>

Banda, J. (19 de Septiembre de 2016). *economía simple.net*. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/suscripcion>

Cormani, A. (8 de Septiembre de 2020). *Blogsterapp*. Obtenido de <https://blogsterapp.com/es/que-son-las-fuentes-de-ingresos/>

Emprendedores.es. (30 de Julio de 2020). *Emprendedores*. Obtenido de <https://www.emprendedores.es/gestion/como-fijar-precios-de-servicios/>

Giraldo, V. (14 de Febrero de 2019). *Rockcontent*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/plataformas-digitales/>

Grasset, G. (Julio de 2015). *LOKAD*. Obtenido de <https://www.lokad.com/es/definicion-de-descremado-de-precios>

K., A. (21 de Diciembre de 2019). *CreceNegocios*. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/precio/>

Méndez, M. A. (2018). *FOXIZE*. Obtenido de <https://www.foxize.com/blog/3-formas-de-generar-ingresos-por-internet-y-como-invertirlos/>

Moya, D. P. (1 de Agosto de 2014). *Emprender fácil* . Obtenido de <https://www.emprender-facil.com/el-modelo-de-negocio-canvas/>

Puon, L. (7 de Diciembre de 2013). Obtenido de Merca2.0:

<https://www.merca20.com/definicion-de-publicidad/>

Thompson, I. (Agosto de 2007). *Promonegocios.net*. Obtenido de

<https://www.promonegocios.net/precio/estrategias-precios.html>

Tuca, A. (5 de Julio de 2018). *IMF BUSINESS SCHOOL* . Obtenido de <https://blogs.imf->

[formacion.com/blog/marketing/estrategias-fijacion-de-precios/](https://blogs.imf-formacion.com/blog/marketing/estrategias-fijacion-de-precios/)

Villegas, C. F. (Junio de 2002). *SCIELO*. Obtenido de

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-

[59232002000200001](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232002000200001)

ANEXOS

Cuadro 1 Lienzo Canvas: Publicidad



Cuadro 2 Lienzo Canvas: Cuota por suscripción



Tabla 1 Fuentes de Ingresos mensuales y anual

Fuentes de ingreso	Mensual	Anual	Demanda mensual	Demanda Anual	Ventas Actuales
Precio de cuota por suscripción	\$10	\$120	176	2109	\$253.131,48
Precio por publicidad	\$10	\$120	8	96	\$11.520

Tabla 2 Ingresos mensuales

Suscriptor	Ventas al mes de la empresa unidades	Costo de servicios ofrecidos	Total de Ingresos del cliente mensual
Empresa de mantenimiento de computadoras	10	\$ 20,00	\$ 200,00

Tabla 3 Ganancias mensuales

Suscriptor	Precio de cuota por suscripción	Total ingresos del cliente mensual	Ganancias mensuales
Empresa de mantenimiento de computadoras	\$ 10,00	\$ 200,00	\$ 190,00