**5.9 Fuentes de Ingresos**

**¿Qué son las fuentes de ingresos?**

Las **fuentes de ingresos** representan las distintas maneras en que un modelo de negocio genera dinero a partir de cada segmento de cliente. Es fundamental diseñarlas de forma **diversificada, escalable y coherente con la propuesta de valor**, para garantizar la sostenibilidad del proyecto.

**Fuentes de Ingresos de la Plataforma**

La plataforma combina **modelos B2C (usuarios finales)** y **B2B (profesionales y proveedores)**, por lo tanto, sus ingresos provendrán de múltiples fuentes complementarias:

**1. Ventas de productos en la tienda en línea (B2C)**

|  |  |
| --- | --- |
| Concepto | Descripción |
| Margen directo por producto | Comisión o ganancia fija por cada venta realizada (dropshipping o propio stock). |
| Productos recomendados | Venta cruzada basada en especie, edad, historial médico, etc. |
| Venta de productos premium | Artículos exclusivos, personalizados o de marcas aliadas. |

**Frecuencia esperada:** alta, por la rotación natural de productos (alimento, vacunas, juguetes, higiene, etc.).

**2. Comisiones por transacción a proveedores externos (B2B)**

|  |  |
| --- | --- |
| Concepto | Descripción |
| Comisión sobre venta realizada | Entre 10% y 25% según categoría y acuerdo con cada proveedor. |
| Costos variables a cargo del proveedor | Envío, empaque o promoción opcional destacada. |

**3. Suscripciones o membresías para veterinarios certificados**

|  |  |
| --- | --- |
| Concepto | Descripción |
| Plan gratuito | Perfil básico y validado en el directorio. |
| Plan premium | Acceso a herramientas avanzadas: historial clínico digital, agenda, visibilidad, analítica, etc. |
| Planes por clínica (multiusuario) | Tarifas diferenciadas por número de profesionales. |

**Modelo tipo SaaS**, escalable, con ingresos mensuales o anuales recurrentes.

**4. Publicidad dirigida o promociones destacadas**

|  |  |
| --- | --- |
| Concepto | Descripción |
| Espacios promocionales | Destacar productos, veterinarios o marcas en zonas específicas. |
| Segmentación avanzada | Promoción basada en tipo de mascota, historial médico o región. |
| Campañas por evento | Temporadas clave: vacunación, adopción, Navidad, verano, etc. |

**5. Cursos, contenidos educativos o webinars veterinarios**

|  |  |
| --- | --- |
| Concepto | Descripción |
| Cursos para dueños de mascotas | Cuidado responsable, primeros auxilios, nutrición, etc. |
| Talleres o webinars profesionales | Para clínicas, certificación, actualización técnica. |
| Certificados opcionales | Ingresos adicionales por emisión de constancias digitales. |

**6. Servicios complementarios (futuro)**

|  |  |
| --- | --- |
| Servicio | Potencial ingreso |
| Suscripción de salud para mascotas | Modelo mensual/anual con beneficios exclusivos. |
| Servicio de citas a domicilio | Comisión por conexión entre usuario y veterinario móvil. |
| Venta de seguros veterinarios | Comisión por afiliación con aseguradoras aliadas. |

**Modelo mixto de ingresos**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Fuente de ingreso | Tipo | Naturaleza | Escalabilidad |
| Ventas de productos | B2C | Directa | Alta |
| Comisiones a proveedores | B2B | Variable / indirecta | Alta |
| Membresías veterinarias | B2B | Recurrente (SaaS) | Alta |
| Publicidad y posicionamiento | B2B | Variable | Alta |
| Cursos y contenido educativo | B2C / B2B | Directa y digital | Media-alta |
| Servicios premium (a futuro) | B2C | Complementaria | Alta |

**Ventajas del enfoque diversificado**

* **Reducción del riesgo financiero**: no dependes de una sola fuente de ingreso.
* **Mayor capacidad de escalar y adaptarse**: según comportamiento de usuarios o condiciones del mercado.
* **Potencial de ingresos pasivos y recurrentes**: mediante suscripciones, SaaS y comisiones.
* **Monetización de la base de datos y comunidad**: mediante promociones o publicidad ética.