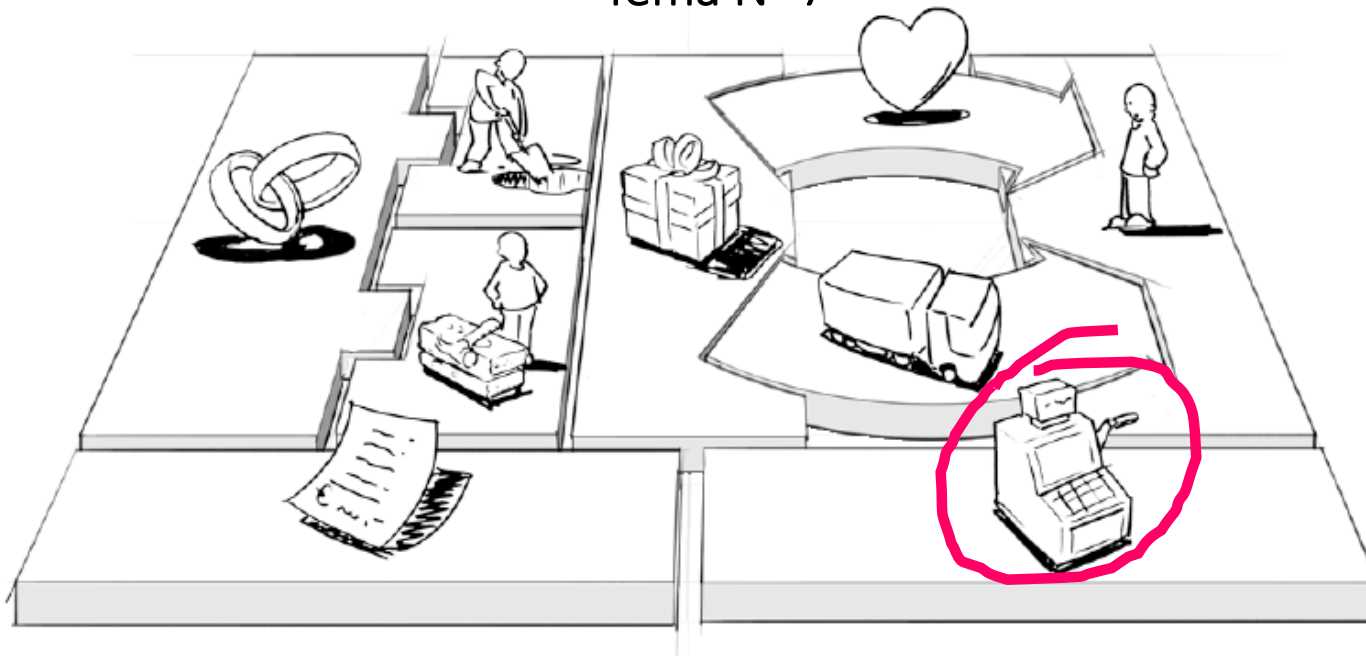


5 Fuentes de Ingreso

Tema N° 7





**¿Qué productos se pueden
obtener a partir del café?**



Fuentes de ingreso

Conceptos

- Las fuentes de ingreso son todas las posibilidades que tiene un emprendimiento para incrementar sus ganancias, esto quiere decir que este emprendimiento puede tener más de una forma de hacer dinero.
- Es posible que un mismo producto esté dirigido a dos segmentos de mercado diferenciados, así como también que tenga dos tipos de ingresos totalmente diferentes. Por lo tanto es importante identificar qué segmento de mercado y productos generarán mayores ingresos.
- Mayormente en los negocios muy convencionales, los ingresos vienen de lo que se dice que se va a vender, por ejemplo si se vende café los ingresos vienen de esta venta, pero también es posible que el negocio pueda tener otras fuentes de ingreso, por ejemplo tazas para tomar el café, cafeteras, etc.
- Las fuentes de ingreso están muy asociadas a la propuesta de valor, ya que, si es reconocida y percibida por los clientes y sienten que se está cubriendo o satisfaciendo una necesidad, van a tener disposición para pagar y por lo tanto se va a generar mayores ingresos para el emprendimiento. Pero si lo que se ofrece es algo que el mercado ya está ofertando y no hay ninguna diferencia, los clientes no van a valorar el producto ni a tener disposición para pagar un precio más alto.

Fuentes de ingreso

Conceptos

- Respecto al origen de los ingresos una de las formas es la venta de un producto y en ese sentido, antes de que se venda es propiedad del emprendedor, pero, cuando lo vende ya no; lo que se está haciendo es pasar el derecho de propiedad a otra persona. Otra forma es el pago por uso, por ejemplo si se utiliza un taxi que va a hacer un recorrido de un km, el precio va a ser diferente si es que ese recorrido es de 20 km, es decir la fuente de ingreso va a estar relacionada en la medida en que se utilice el servicio. En cuanto a la suscripción, esta es una forma de ingreso que se genera a partir de una cuota fija que se paga, por ejemplo en el gimnasio una persona se suscribe y paga cada mes un precio por determinado período de uso.
- Otra forma de ingreso es el alquiler, puede ser de autos, vivienda, equipos, etc. Por ejemplo si una persona está construyendo una casa y necesita maquinarias, se le alquilan y a cambio se percibe un ingreso. En el caso de los ingresos por licencias, están referidos a las franquicias o patentes que se venden, por ejemplo una cadena de peluquerías puede vender su modelo de negocio para que sea implementado, cobrando por esto un monto de dinero. Otra forma de ingreso son las comisiones, en las que se actúa como intermediario, un ejemplo claro son las inmobiliarias, que buscan a las personas que quieren vender su casa y a las que quieren comprar, hacen de intermediarias entre ellos, logrando que lleguen a un acuerdo y a cambio les pagan una comisión.
- Por último, otra forma de ingresos es la publicidad que ayuda con la divulgación de una marca, las más conocidas son la televisión, el youtube, pero también hay otras formas, por ejemplo los muros de algunas casas que se alquilan para que las empresas puedan hacer publicidad a su marca, los buses también pueden ser un espacio donde las empresas exhiban publicidad de su marca o productos.

Fuentes de ingreso

Conceptos

- Determinar el precio del producto no quiere decir cuánto será el precio que se va a cobrar, sino se refiere a determinar si va a ser fijo o va a ser dinámico. Los precios son fijos en lo siguiente: cuando se tiene una lista de precios establecidos, por ejemplo en una peluquería el precio del corte ondulado es de S/20.00 soles y este precio se puede ver en la lista de servicios que se ofrecen; otra forma de precio fijo es por sus características que pueden depender de la calidad del producto, de la presentación, etc., por ejemplo si se trata de un manjar puede haber de dos calidades, cada uno con una presentación distinta, por lo tanto el precio es distinto entre ellos, pero los que son de la misma calidad y presentación cuestan igual; según el segmento del mercado el precio depende del tipo y de la característica de cada segmento, por ejemplo un mismo producto si se vende en bodegas de barrio tiene un precio, pero si la venta es en un supermercado el precio es otro; otra forma de diferenciar el precio es según el volumen, cuando se compra a partir de cierta cantidad se aplica un descuento, esto ocurre en tiendas de venta por mayor o en los supermercados que existen para mayoristas.
- La determinación del precio es dinámica en los siguientes casos: negociación, en esto cuenta mucho las habilidades del negociador, un ejemplo claro es en la venta de autos usados, donde el precio de un auto va a depender del uso, del año, del estado pero también de la negociación que se haga. En cuanto a gestión de la rentabilidad, es una forma muy utilizada en las tiendas de ropa y calzado, en estas tiendas hay un stock, que se pone de oferta porque es lo último del inventario, o son tallas únicas, y es más costoso mantenerlo; la otra forma es mercado en tiempo real, en donde el precio se establece en función al mercado y la demanda, un ejemplo reciente es cuando empezó la pandemia por el Covid, en donde el precio de las mascarillas era muy alto porque había mucha demanda y la oferta era poca, por estos motivos el precio se incrementó; la otra determinación del precio es por subasta en donde se vende a quien haga una propuesta con el mejor precio.
- El emprendedor debe definir qué o cómo va a determinar el precio y esto va a guardar relación con el tipo de emprendimiento, con el segmento de mercado, con las condiciones que se presentan, entre otras variables.

Fuentes de ingreso

Acciones

1. Se inicia el tema mostrando la imagen Nº 85 y preguntando a los participantes ¿Que productos se pueden obtener del café, aparte del café que se utiliza para tomar?, Se recogen las ideas y se comenta que tal como ellos han referido, hay muchos productos que se hacen en base al café y que en el emprendimiento de este ejemplo lo que se va a desarrollar es manjar de café.

Luego se muestra la imagen Nº 86 y se pide que la observen y respondan ¿cuál es la diferencia entre ambos productos? y ¿qué relación tendrá esta imagen con las fuentes de ingresos? Escucha las respuestas y refuerza las que refieren a que si bien el contenido es el mismo: manjar de café, el envase es totalmente distinto, uno es muy sencillo, de material plástico y el otro es de vidrio con tapa metálica, con una mejor presentación.
2. Seguidamente se reflexiona con los participantes, haciéndoles la siguiente interrogante: ¿si se está hablando de fuentes de ingreso, en este caso, ¿de qué piensan que va a depender la fuente de ingresos? Recoge las respuestas, las analiza llevando a los participantes a que puedan darse cuenta que la fuente de ingreso del manjar de café va a depender del tipo de envase y del tipo de segmento al cual está dirigido, ya que el manjar en envase de plástico será consumido por personas de clase media y se venderá en ferias o en mercados, mientras que el manjar cuya presentación es mejor, ya que está en envase de vidrio y por lo tanto tendrá un precio más alto, se va a vender en supermercados de las ciudades grandes del país, donde la capacidad y el poder adquisitivo de las personas es mayor.
3. Luego se complementan estas ideas apoyándose en los conceptos de la lámina Nº 92. A continuación se muestra el cuadro Nº 93 en el que se aprecian las formas que existen de generar los ingresos y se hace hincapié que no se trata de que un producto cumpla con todas estas formas y características. Con la ayuda de los participantes, se escoge la forma correspondiente al origen del ingreso del ejemplo que se está trabajando, llegando a la conclusión que es la venta directa del producto, en este caso manjar de café; la presentación en envase de plástico se venderá en mercados y ferias locales y regionales, y en envase de vidrio a través de supermercados.

Fuentes de ingreso

Acciones:

Terminando de hacer el análisis de estos formatos, se plantea la declaración, que en el caso del producto que se propone, que es el manjar de café, va a ser “Venta de manjar de café directamente (mercados y ferias locales y regionales) y a través de supermercados (terceros)”

4. Con la información de este modelo de negocio se trabaja el Lienzo de Canvas y se empieza por definir que el segmento de mercado será “personas que gustan del café en diferentes productos en ciudades pequeñas y grandes”, es importante darse cuenta que se está hablando de dos segmentos de mercado con un producto. Luego se analiza la propuesta de valor que es “manjar de café que se va a ofrecer en envases diferenciados”. Los canales también deben hacer referencia a los dos tipos de segmento, por lo tanto serán “mercados y ferias locales y regionales y supermercados”. Respecto a las relaciones básicamente serán “captación de clientes” y las fuentes de ingreso “venta de manjar de café directamente en mercados y ferias regionales y en supermercados”.
5. Se termina el tema con un repaso de los conceptos y de la revisión de este nuevo modelo de negocio. Se comparte la siguiente frase: “Si los clientes constituyen el centro de un emprendimiento, las fuentes de ingreso son sus arterias”.
6. Para finalizar se deja de tarea a los grupos de emprendedores, que en su modelo de negocio, respondan a las preguntas del formato N° 6 y N° 7, realicen la declaración correspondiente y escriban esto en el lienzo.

5 Fuentes de Ingreso

¿Qué son las Fuentes de Ingreso?

- Es identificar de dónde vendrán los ingresos que harán sostenible el emprendimiento.
- Si la Propuesta de Valor es reconocida por los clientes, ellos estarán dispuestos a pagar y por lo tanto a generar mayores ingresos para el emprendimiento.
- El precio debe estar fijado en función a variables estáticas o de mercado.

¿Qué debemos conocer?

- ¿Cuáles serán las Fuentes de Ingreso?
- ¿Qué Segmento de Clientes y/o Propuesta de Valor generarán mayores ingresos?

5 Fuentes de Ingreso



Origen de los ingresos		
Formas	Descripción	Si/No
Venta de productos	Traspaso de derechos de propiedad (Bienes de consumo, café, mesas, TV)	X
Pago por uso	Ingreso directamente asociado (y generalmente proporcional) al uso de un servicio - mientras más se usa más se paga (taxi, cabina de internet)	
Suscripción	Venta de acceso continuo a un servicio - se paga una cuota periódica para disfrutar del servicio (Gimnasio, club, revistas, etc.)	
Alquiler	Venta del derecho temporal de acceso y uso de un bien físico - se cede el uso de un producto por un tiempo a cambio de una cuota (Autos, viviendas, equipos) alquilo productos y a cambio de eso recibo los ingresos	
Licencias	Permiso para utilizar propiedad intelectual patentada en cambio de una tarifa - se permite el uso de una propiedad intelectual (Franquicias: derecho a usar la marca y la características del producto; patentes: inventa, diseña algo, lo registra y vende la patente a otro, ya no le pertenece)	
Comisiones	Ingreso obtenido a través de un servicio de intermediación entre 2 o más entidades (Agente inmobiliario, Agente corresponsal).	
Publicidad	Ingresos que provienen de la divulgación de un producto servicio o marca - se generan ingresos gracias a mostrar publicidad de un producto o servicio (TV, Youtube, equipos fútbol, muros, buses)	

Formato N° 6

5 Fuentes de Ingreso



Determinación del precio			
Fijo (variables estáticas)		Dinámico (en función del Mercado)	
Lista de precios fijo: El precio depende del tipo de producto		Negociación: El precio depende de las habilidades de negociación	
Según característica del producto: El precio depende de la cantidad o calidad del producto		Gestión de la Rentabilidad: El precio depende del inventario y momento de la compra	
Según segmento del mercado: El precio depende del tipo y las características de un segmento de mercado	x	Mercado en tiempo real: El precio se establece en función a la oferta y demanda	
Según volumen: El precio depende de la cantidad adquirida		Subasta: El precio se determina en función a la mejor propuesta	
Declaración: Venta de manjar de chocolate directamente (mercados y ferias locales y regionales) y a través de supermercados (terceros)			

Formato N° 7

Modelo de Negocios

