



GUÍA DE APRENDIZAJE MODELO CANVAS – FUENTES DE INGRESO

1. INTRODUCCIÓN

Si los clientes constituyen el centro de tu modelo de negocio, las fuentes de ingresos son sus arterias. Por lo tanto, debes preguntarte lo siguiente: ¿por qué valor está dispuesto a pagar cada uno de los segmentos de mercado de mi proyecto? Si respondes correctamente a esta pregunta, tu proyecto podrá crear una o varias fuentes de ingresos en cada segmento de mercado.

A su vez, cada fuente de ingresos puede tener un mecanismo de fijación de precios diferente. Por lo que en resumen, las fuentes de ingresos son el resultado de tus elecciones en los bloques de propuesta de valor, segmentos de clientes, canales y relaciones con clientes.

2. TIPOS DE FUENTES DE INGRESOS

Para empezar, un modelo de negocio puede implicar dos tipos diferentes de fuentes de ingresos:

- **Ingresos puntuales:** Son aquellos que obtienes de transacciones o pagos puntuales de tus clientes.
- **Ingresos recurrentes** Son aquellos pagos periódicos que obtienes, por ejemplo, de la suscripción que pagan los usuarios de Netflix, Spotify Premium, Etc.



Según los dos tipos de ingresos anteriores, podemos encontrar las siguientes fuentes de ingresos:

- **Modelo de venta de activos.**

Venta de activos: Se genera por la transferencia de los derechos de propiedad de un activo o un bien tangible o intangible. Por lo tanto son ingresos que provienen de una transacción puntual e intercambia la propiedad de un bien. Como por ejemplo, cuando se compra un auto.

- **Modelo de cuota por arriendo**

Cuota por arriendo: Se genera al otorgar temporalmente a un usuario el derecho exclusivo para usar un activo particular (físico) por un período determinado de tiempo a cambio de un precio o tarifa. En este caso, el activo sigue siendo propiedad de la organización o dueño, pero el activo proporciona ingresos recurrentes. Como, por ejemplo, cuando se arrienda un auto o una casa.

- **Modelo de cuota por uso.**

Cuota por uso: En este caso, el beneficio se genera por el uso de un servicio en particular. Así que cuanto más se usa el servicio, más paga el cliente. El servicio sigue siendo propiedad de la organización y el activo (en este caso el servicio) proporciona ingresos recurrentes a la compañía. Como, por ejemplo, cuando tomas un taxi para ir a varias partes.



- **Modelo de concesión de licencias.**

Concesión de licencias: El beneficio se genera al dar permiso a los usuarios para usar derechos de propiedad intelectual protegidos a cambio de una tarifa de licencia. El activo sigue siendo propiedad de la organización y proporciona ingresos recurrentes y escalables para la compañía. Como, por ejemplo, cuando un fabricante de autos utiliza una patente para fabricar un componente de sus vehículos.

- **Modelo de cuota por publicidad.**

Cuota por publicidad: Es la que se cobra para dar visibilidad a un producto, servicio, marca o cualquier otro artículo en particular. El activo (en este caso el soporte publicitario) sigue siendo propiedad de la empresa. Pero en este caso, los ingresos dependen del tamaño y la calidad de la audiencia que tenga dicho soporte. Como, por ejemplo, la publicidad que emite la radio y televisión.

- **Modelo de cuota por suscripción.**

Cuota por suscripción: En este tipo, el beneficio se genera al vender el acceso continuo a un servicio, lo que genera un flujo de ingresos recurrentes, predecibles y muy estables. Como, por ejemplo, cuando te suscribes a Netflix para ver tus series y películas favoritas o la cuota de suscripción que pagan los usuarios por acceder a Spotify Premium.

- **Modelo de comisión de corretaje.**

Comisión de corretaje: Es la que se genera en los servicios de intermediación que se realizan entre dos o más partes. Como, por ejemplo, cuando se contrata un seguro para el auto a través de un agente de seguros.



3. MECANISMOS DE FIJACIÓN DE PRECIOS

Los mecanismos de fijación de precios establecen cómo fijar el precio para tu producto o servicio y suelen estar vinculados a una fuente de ingresos determinada.

Existen dos categorías: **fijos y dinámicos**.

Los precios fijos son los precios predefinidos que se basan en variables estáticas.

Como pueden ser:

- **Lista de precios fija:** Precios fijos para productos, servicios y otras propuestas de valor individuales de precios.
- **Según las características del producto:** Aquí el precio depende de la cantidad o la calidad de la propuesta de valor.
- **Según el volumen:** El precio depende de la cantidad adquirida.
- **Según el segmento del mercado:** El precio depende del tipo y las características de un segmento de mercado determinado.

Los precios dinámicos son aquellos cambian en función del mercado. Estos pueden ser:

- **Negociación:** El precio se negocia entre dos o más partes y depende de las habilidades o el poder de negociación que tengas.
- **Gestión de la rentabilidad:** El precio depende del inventario y del momento de la compra (suele utilizarse en recursos transitorios, como las habitaciones en los hoteles o los asientos que quedan en un vuelo).
- **Mercado en tiempo real:** El precio se establece dinámicamente en tiempo real en función de la oferta y la demanda. Por lo general, requiere una gran cantidad de partes involucradas y un gran volumen de transacciones.
- **Subasta:** cuando el precio se determina por una licitación pública.



Modulo: Emprendimiento y Empleabilidad

Curso: 4° Medio

Profesor: Ricardo Ojeda Reinhardt

Semana: 15 al 26 de Junio

TALLER N° 5 **MODELO CANVAS – FUENTES DE INGRESO**

Nombre: _____ Curso: _____ Fecha: _____

1. Luego de definir nuestro segmento de clientes, nuestra propuesta de valor, nuestros canales y cómo será nuestra relación con los clientes vamos a especificar nuestras fuentes de ingreso. Como se mencionó anteriormente las fuentes de ingreso se dividen en dos, las puntuales y recurrentes, además poseen diferentes modelos para cada una. Esto es esencial para saber la forma en la que vamos a vender nuestro producto y/o servicio, además para que nuestro proyecto obtenga beneficios económicos.

Para especificar nuestras fuentes de ingreso tenemos varios modelos especificados anteriormente:

- **Venta de activos**
- **Cuota por arriendo**
- **Cuota por uso**
- **Concesión de licencias**
- **Cuota por publicidad**
- **Cuota por suscripción**
- **Comisión de corretaje**

2. Redactar en un par de líneas como serán sus fuentes de ingreso, se debe dar ejemplos con respecto al o los modelos que van a utilizar, esto sin duda ayuda a que nuestro producto o servicio pueda crecer en el futuro.

Dudas y trabajos al correo: ricardo.ojeda.reinhardt@gmail.com

(En el correo se debe especificar nombre completo y curso correspondiente)