

Viabilidad económica de nuestro modelo de negocio para Comerciales/Gestores de Contenido GTC Asociados.

Ingresos derivados de las ventas según la Estructura de Paquetes por número de anuncios.

El modelo de negocio se divide principalmente en dos niveles de precios por este concepto, basados en la cantidad de anuncios:

- **Paquete Básico:** Tiene un coste de **60 € por 6 anuncios**, lo que equivale a **10 € por cada anuncio** individual.
- **Paquete Premium:** Orientado a un mayor volumen adjunto tarifa de precios, el paquete más económico tiene un coste de **500 € por 100 anuncios**, reduciendo significativamente el precio a **5 € por anuncio**.

Distribución de los Costes por Anuncio

Independientemente del paquete elegido, el modelo establece un **coste fijo de 1 € por anuncio publicado destinado a la plataforma** (En concepto de servidores y desarrollo de la plataforma).

El resto del importe se distribuye internamente para cubrir las fases de venta, edición y promoción:

1. Captación (Venta):

- En el paquete de 10 €, se destinan **4 €** a la captación.
- En el paquete de 5 €, este coste se optimiza a **1 €**.

2. Edición, Publicación y Redes (Edición y promoción):

- En el paquete de 10 €, se asignan **5 €** para estas tareas.
- En el paquete de 5 €, el coste destinado a producción baja a **3 €**.

3. Plataforma (Mantenimiento):

- Se mantiene un coste constante de **1 € por anuncio** en ambos casos.

¡Nota importante! Ambos paquetes son renovables por periodo como mínimo de un año de permanencia en la plataforma, y con la renovación el comercial y la plataforma cobran idénticas retribuciones, según número de anuncios, esto contribuye a que los comerciales generen sus propias carteras de clientes que ellos gestionan al 100%.

Análisis de Rentabilidad y Escalabilidad

Esta estructura financiera busca alcanzar un **punto de equilibrio** operativo. Tomando como base unos costes mensuales de 2.500 € (que incluyen salario, autónomos, vehículo y otros gastos), la empresa necesita una **facturación mínima diaria de 119 €** para cubrir los 27.500 € de costes anuales (calculados sobre 231 días laborales).

La clave de este modelo es su **crecimiento escalable**. Al funcionar con una **cartera acumulativa**, cada anuncio publicado se convierte en una "**ventana digital permanente**", lo que permite incrementar los ingresos a largo plazo sin que la estructura de costes operativos crezca en la misma proporción.

Otra fuente de Ingresos derivados de la implicación en la promoción y venta.

El modelo de **Anuncia-te GTC** trasciende a la mera publicación de anuncios, transformando a los comerciales en gestores activos de la venta. Este sistema se basa en una implicación directa y un reparto equitativo de incentivos previamente acordados y firmados en contratos con los proveedores.

Implicación en la Venta y Promoción

A diferencia de un modelo publicitario pasivo, los comerciales de la plataforma no solo se encargan de la edición técnica. Como se indica en las tarifas con comercial asociado, el equipo se **involucra directamente en la venta** de los productos/servicios que aparecen en la web.

Esta gestión activa permite a los comerciales argumentar un valor añadido: actúan como intermediarios que dinamizan la plataforma para asegurar que los productos no solo se vean, sino que se vendan.

Generando una nueva Estructura de Comisiones e Incentivos

El sistema de incentivos se activa mediante comisiones pactadas con los proveedores, que oscilan entre el **1% y el 10%**, dependiendo de factores como el tipo de producto, los canales de distribución y las rutas logísticas acordadas.

En este proceso intervienen tres figuras clave que se reparten los beneficios generados por la venta:

1. **La Plataforma:** Aporta la infraestructura tecnológica y operativa que hace posible la transacción.
2. **El Comercial que capta al Proveedor:** Es quien capta al proveedor y gestiona su catálogo de productos en la plataforma.
3. **El Comercial que ahora capta un Cliente final (opcional):** Es el agente que aporta al comprador final.

Reglas de Reparto de Beneficios

La distribución de estos incentivos se realiza de forma proporcional a la intervención de cada parte en la operación de venta:

- **Venta a través de la plataforma (2 intervinientes):** Si la venta se realiza directamente mediante la estructura de la plataforma y el comercial que trajo al proveedor, el incentivo pactado se reparte al **50%** para cada uno.
- **Venta cruzada con otro comercial (3 intervinientes):** Si interviene un segundo comercial que aporta al cliente final, el beneficio se divide a partes iguales, correspondiendo un **33%** a cada uno (Plataforma, Comercial del Proveedor y Comercial del Cliente).