

JULIO 13-2023

DENTAL PRIME

Informe Ejecutivo: Planteamiento Estratégico para
definición de precios y método de distribución

Elaborado por:

Lourdes Plaza

Project Digital Marketing

 @lourdes.plaza.digitalmarketing



Santiago, Chile | +59 9 836 12 303 | www.lourdesplaza.com



Tabla de Contenidos

1. Resumen Ejecutivo	3
2. Ventaja Competitiva	5
3. Beneficios	6
4. Análisis de Mercado	7
5. Estrategias de Marketing	11
6. Segmentación	13
7. Lead Magnet	20
8. Propuesta de Valor	21
9. Costos	22
10. Precio de Venta	25
11. Punto de Equilibrio	26
12. Precio Final	27
13. Estrategia de Precios	28

1. Resumen Ejecutivo



Misión

La misión de Dental Prime es proporcionar a las clínicas dentales en Ecuador una solución digital integral y fácil de usar que optimice sus procesos administrativos y clínicos. Nos esforzamos por mejorar la eficiencia de las clínicas dentales, simplificando la gestión de pacientes, doctores, agenda, odontograma, tratamientos, procedimientos, ingresos, gastos y facturación electrónica, a través de nuestra aplicación en línea.

Visión

Nuestra visión es convertirnos en la plataforma líder en la gestión de clínicas dentales y consultorios médicos en Ecuador.

Buscamos ser reconocidos como el socio estratégico preferido por las clínicas dentales, brindándoles una solución tecnológica de vanguardia que les permita optimizar su productividad y mejorar la calidad de atención a sus pacientes.

Nos esforzamos por ser una empresa innovadora, que constantemente desarrolla nuevas funcionalidades y se adapta a las necesidades cambiantes del sector dental

1. Resumen Ejecutivo



Dental Prime

Es una empresa ubicada en Ecuador que se dedica a proporcionar una aplicación en línea para la gestión de clínicas dentales. Nuestro principal objetivo es brindar una solución integral y eficiente para simplificar y optimizar los procesos administrativos y clínicos en la industria de los dentistas, a través de una aplicación online cuya modalidad de pago es por suscripción.

Nuestra aplicación ofrece una amplia gama de funcionalidades, incluyendo la administración de pacientes, doctores, agenda, odontograma, tratamientos, procedimientos, ingresos, gastos y el cumplimiento de facturación electrónica.

Lo más destacado es que nuestra plataforma es accesible desde cualquier dispositivo con conexión a Internet, lo que brinda flexibilidad y comodidad a los profesionales dentales.

El mercado objetivo de Dental Prime se compone de clínicas dentales de diferentes tamaños, desde consultorios independientes hasta cadenas de clínicas.

En Ecuador, existe una creciente demanda de soluciones digitales que ayuden a agilizar los procesos administrativos y mejorar la eficiencia de las clínicas dentales.

2. Ventaja Competitiva



La ventaja competitiva de Dental Prime radica en la combinación de nuestra plataforma integral y flexible, junto con la posibilidad de acceder a ella desde cualquier dispositivo.

Nuestro enfoque en la facilidad de uso, la seguridad de los datos y la personalización nos diferencia de otras soluciones en el mercado.

Además, contamos con un equipo de soporte técnico altamente capacitado y un constante desarrollo de nuevas funcionalidades para satisfacer las necesidades cambiantes de nuestros clientes.

3. Objetivos de Dental Prime



Principales objetivos:

- Captar una participación significativa en el mercado de clínicas dentales en Ecuador en los próximos tres años.
- Incrementar la eficiencia operativa de las clínicas dentales al reducir la carga administrativa y optimizar los procesos clínicos.
- Brindar un excelente servicio al cliente, ofreciendo soporte técnico continuo y actualizaciones regulares de la plataforma.
- Expandir nuestra presencia en otros países de América Latina a mediano plazo.

4. Análisis de Mercado

Descripción de la Industria

La industria dental en Ecuador experimenta un crecimiento constante debido a la creciente conciencia sobre la salud bucal y el aumento de la demanda de servicios dentales.

Los dentistas y clínicas dentales se esfuerzan por mejorar la eficiencia y la calidad de atención, lo que ha generado un interés creciente en soluciones digitales para la gestión de clínicas.

Mercado Objetivo

El mercado objetivo de Dental Prime son las clínicas dentales ubicadas en Ecuador. Este mercado se compone tanto de clínicas dentales como consultorios dentales. Ecuador cuenta con un número significativo de profesionales dentales y una amplia variedad de clínicas en diferentes tamaños.

Actualmente existen: 6.000 a 6.500 odontólogos a nivel país.
Del levantamiento realizado se tiene:

- Clínicas Dentales: 359
- Consultorios Dentales: 1.548

Tendencias del Mercado	Potencial Crecimiento
<ul style="list-style-type: none"> • Automatización y digitalización: Las clínicas dentales buscan automatizar y digitalizar sus procesos para mejorar la eficiencia y reducir errores en la gestión de pacientes, tratamientos y facturación. • Acceso móvil: Existe una creciente preferencia por soluciones accesibles desde dispositivos móviles, lo que permite a los profesionales dentales acceder a la información de la clínica en cualquier momento y lugar. • Cumplimiento normativo: Las regulaciones en cuanto a la facturación electrónica y la gestión de datos de los pacientes están impulsando la adopción de soluciones digitales que cumplan con los requisitos legales. 	<ul style="list-style-type: none"> • El potencial de crecimiento para Dental Prime es significativo. A medida que más clínicas dentales buscan mejorar la eficiencia y la calidad de sus servicios, la demanda de soluciones digitales seguirá creciendo. Además, el acceso desde cualquier dispositivo brinda una ventaja competitiva importante. • A medida que ganemos reconocimiento en el mercado y ampliemos nuestra base de clientes, podremos expandirnos a nivel regional y aprovechar el potencial de crecimiento en otros países de América Latina.

4. Análisis de Mercado

Principales Competidores – Ecuador (Local)

En el mercado de soluciones digitales para la gestión de clínicas dentales en Ecuador existen competidores que ofrecen productos similares.

Algunos de los principales competidores identificados:

País	Empresa	Propuesta de valor	Threats
<ul style="list-style-type: none">Ecuador	<ul style="list-style-type: none">Odonto Software	<ul style="list-style-type: none">Sistema odontológico en la nubeDescuento en la creación de la página web, 1 post para redes sociales, permite elaborar formularios de la historia clínica del MSP (ministerio de salud pública de Ecuador)	<ul style="list-style-type: none">https://www.odontosoftware.com/
<ul style="list-style-type: none">Ecuador	<ul style="list-style-type: none">TecniHealth	<ul style="list-style-type: none">Telemedicina, historias clínicas, agenda integrada con whatsapp, reportes económicos, Facturación electrónica, página web y app para los odontólogos, salud ocupacional (formularios requeridos por el ministerio de salud pública de Ecuador), portal para pacientes.	<ul style="list-style-type: none">https://tecnihealth.com.ec/sistema-odontologico/

4. Análisis de Mercado

Principales Competidores – Latinoamérica

A nivel latinoamérica existen competidores que ofrecen productos similares, alguno de ellos son:

País	Empresa	Propuesta de valor	Threats
<ul style="list-style-type: none">Chile	<ul style="list-style-type: none">Dental Link	<ul style="list-style-type: none">Ofrece funcionalidades para atraer pacientes: agendamiento on-line, campañas de email marketing, tareas automáticas, convenios, video consulta (telemedicina)	<ul style="list-style-type: none">https://www.softwaredentalink.com/
<ul style="list-style-type: none">Chile	<ul style="list-style-type: none">DentiDesk	<ul style="list-style-type: none">Software desarrollado en inglés y españolImágenes digitales (vía DEXIS)Agenda dental onlineReportes fáciles de entenderControl de pagos simplificadoCoordina los procesos dentro de tu clínica dental y mejora la experiencia de tus pacientes. Nuestras múltiples integraciones ayudarán a que tu clínica se mueva al ritmo de la tecnología.	<ul style="list-style-type: none">https://www.dentidesk.com/
<ul style="list-style-type: none">Colombia	<ul style="list-style-type: none">OralDrive	<ul style="list-style-type: none">Agenda con links a pacientes (se le envía un link al paciente para que pueda agendar), inventario, historia clínica, odontograma, seguridad con control de usuario y contraseña para su acceso,	<ul style="list-style-type: none">https://oraldrive.com

4. Análisis de Mercado

Principales Competidores – Europa

A nivel del mercado europeo existen competidores que ofrecen productos similares, alguno de ellos son:

País	Empresa	Propuesta de valor	Threats
<ul style="list-style-type: none"> España 	<ul style="list-style-type: none"> DentalTap 	<ul style="list-style-type: none"> Odontología de gestión y automatización de la práctica odontológica: tareas de consultorio, procesos de tratamiento y comunicación con los pacientes. Todas las tareas dentales y las capacidades de software en cualquier dispositivo móvil. 	<ul style="list-style-type: none"> https://dentaltap.com/
<ul style="list-style-type: none"> España 	<ul style="list-style-type: none"> ODONTOXYS 	<ul style="list-style-type: none"> Historia Clínica, Notificaciones, Agenda, Administración Financiera, Gestión de Pacientes, Reportes 	<ul style="list-style-type: none"> https://odontosys.com/

5. Estrategias de Marketing

Esta estrategia de marketing y ventas para Dental Prime tiene como objetivo crear conciencia de marca, generar clientes potenciales, cerrar ventas y mantener relaciones sólidas con los clientes a largo plazo.

Objetivos de Marketing de Ventas

- Aumentar el conocimiento de la marca Dental Prime en el mercado de clínicas dentales en Ecuador.
- Generar clientes potenciales y conversiones de ventas.
- Establecer relaciones sólidas con los clientes y fomentar la lealtad a largo plazo.

Actividades Promocionales

- Desarrollar una estrategia de contenido de alta calidad para blogs, redes sociales y boletines informativos, que destaque los beneficios y características de la aplicación Dental Prime.
- Participar en eventos y conferencias dentales para presentar la solución y establecer contactos con profesionales dentales.
- Ofrecer demostraciones gratuitas de la aplicación a las clínicas dentales interesadas.
- Implementar programas de referencia para fomentar el boca a boca y recompensar a los clientes existentes por referir nuevos clientes (Marketing e Afiliados).

Canales de Marketing

- Presencia activa en redes sociales como Facebook, Instagram y LinkedIn, con publicaciones regulares y participación en grupos y comunidades relevantes.
 - Alianzas estratégicas con asociaciones dentales y distribuidores de suministros dentales para promover la solución a través de sus canales de comunicación.
 - Realizar campañas publicitarias a través de Facebook Business, LinkedIn Ads.
-

5. Estrategias de Marketing

Proceso de Ventas

- Generación de clientes potenciales a través de actividades promocionales, email marketing.
- Seguimiento de los clientes potenciales a través de llamadas telefónicas, correos electrónicos y demostraciones en persona o en línea.
- Presentación de propuestas y cotizaciones personalizadas para cada clínica dental, destacando los beneficios y el valor agregado de Dental Prime.
- Negociación y cierre de ventas, adaptándose a las necesidades y requerimientos específicos de cada cliente.

Gestión de Relaciones con el Cliente

- Proporcionar un excelente servicio al cliente, con un equipo de soporte dedicado y capacitado para resolver consultas y problemas de manera rápida y eficiente.
- Mantener una comunicación regular con los clientes a través de boletines informativos, actualizaciones de producto y eventos exclusivos.
- Recopilar y analizar los comentarios de los clientes para mejorar continuamente la aplicación Dental Prime y adaptarla a sus necesidades cambiantes.
- Realizar encuestas

Proceso de Ventas

- Generación de clientes potenciales.
- Seguimiento de clientes potenciales.
- Presentación de propuestas y cotizaciones personalizadas.
- Negociación y cierre de ventas.

Gestión de Relaciones con el Cliente

- Excelente servicio al cliente.
 - Comunicación regular con los clientes.
 - Recopilación y análisis de comentarios de los clientes.
-

6. Segmentación

Arquetipos

Antecedentes y datos demográficos	Arquetipo Hombre	Arquetipo Mujer
<ul style="list-style-type: none"> • Edad 	<ul style="list-style-type: none"> • 40 años 	<ul style="list-style-type: none"> • 35 años
<ul style="list-style-type: none"> • Ingresos 	<ul style="list-style-type: none"> • \$50,000 anuales 	<ul style="list-style-type: none"> • \$45,000 anuales
<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación 	<ul style="list-style-type: none"> • Quito, Ecuador 	<ul style="list-style-type: none"> • Guayaquil, Ecuador
<ul style="list-style-type: none"> • Nivel educativo 	<ul style="list-style-type: none"> • Doctorado 	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciatura
<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> • Propietario de clínica • 	<ul style="list-style-type: none"> • Odontóloga
<ul style="list-style-type: none"> • Familia 	<ul style="list-style-type: none"> • Casado, con 2 hijos 	<ul style="list-style-type: none"> • Soltera, sin hijos

6. Segmentación

Arquetipos

Intereses	Arquetipo Hombre	Arquetipo Mujer
<ul style="list-style-type: none"> Lecturas 	<ul style="list-style-type: none"> Revistas médicas 	<ul style="list-style-type: none"> Blogs de salud bucal
<ul style="list-style-type: none"> Redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> LinkedIn 	<ul style="list-style-type: none"> Instagram
<ul style="list-style-type: none"> Podcast 	<ul style="list-style-type: none"> Conferencias odontológicas 	<ul style="list-style-type: none"> Empoderamiento femenino
<ul style="list-style-type: none"> Eventos 	<ul style="list-style-type: none"> Congresos dentales 	<ul style="list-style-type: none"> Talleres de desarrollo personal

Frustraciones y Miedos	Arquetipo Hombre	Arquetipo Mujer
<ul style="list-style-type: none"> Frustraciones primarias 	<ul style="list-style-type: none"> Gestión ineficiente de la clínica 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de tiempo para el autocuidado
<ul style="list-style-type: none"> Frustraciones secundarias 	<ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento de facturación electrónica 	<ul style="list-style-type: none"> Poca conciliación laboral y personal
<ul style="list-style-type: none"> Preocupaciones 	<ul style="list-style-type: none"> Mantener la rentabilidad de la clínica 	<ul style="list-style-type: none"> Proporcionar una atención de calidad
<ul style="list-style-type: none"> Retos diarios 	<ul style="list-style-type: none"> Organización de la agenda y los tratamientos 	<ul style="list-style-type: none"> Manejo del estrés y la sobrecarga laboral
<ul style="list-style-type: none"> Quejas sobre productos/servicios 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de actualización y soporte técnico en soluciones de gestión dental 	<ul style="list-style-type: none"> Poca personalización en servicios odontológicos

6. Segmentación

Arquetipos

Deseos y Aspiraciones	Arquetipo Hombre	Arquetipo Mujer
<ul style="list-style-type: none"> • Deseos primarios 	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento profesional y reconocimiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Equilibrio entre su carrera y vida personal
<ul style="list-style-type: none"> • Deseos secundario 	<ul style="list-style-type: none"> • Innovar en su práctica dental 	<ul style="list-style-type: none"> • Contribuir al bienestar de sus pacientes
<ul style="list-style-type: none"> • Aspiraciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Ser un referente en la comunidad dental 	<ul style="list-style-type: none"> • Empoderamiento y liderazgo femenino
<ul style="list-style-type: none"> • Logros para las personas cercanas 	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar una atención de calidad a sus pacientes 	<ul style="list-style-type: none"> • Inspirar a otras mujeres a seguir sus pasiones

6. Segmentación

Arquetipos

Factores Claves de Compra

Arquetipo Hombre	Arquetipo Mujer
<ul style="list-style-type: none"> Objetan los costos iniciales y el valor percibido de la aplicación. 	<ul style="list-style-type: none"> Objetan la complejidad tecnológica y la falta de personalización en los servicios odontológicos.
<ul style="list-style-type: none"> Les preocupa el cumplimiento de la facturación electrónica y la gestión administrativa eficiente. 	<ul style="list-style-type: none"> Les preocupa el tiempo limitado para el autocuidado y la sobrecarga laboral.
<ul style="list-style-type: none"> Esperan un servicio de atención al cliente personalizado y un soporte técnico eficiente. 	<ul style="list-style-type: none"> Esperan una atención de calidad y una experiencia personalizada en su clínica dental.
<ul style="list-style-type: none"> Las decisiones de compra suelen ser tomadas principalmente por el propio dentista propietario. 	<ul style="list-style-type: none"> Las decisiones de compra pueden ser influenciadas por colegas y otros profesionales de la salud dental.

6. Segmentación

Arquetipos

Identificadores Particulares

Arquetipo Hombre	Arquetipo Mujer
<ul style="list-style-type: none"> • Buscan información a través de conferencias dentales y publicaciones especializadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Buscan inspiración y recursos en blogs y redes sociales centrados en el bienestar y el empoderamiento femenino.
<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación directa y preferencia por el contacto personal y las llamadas telefónicas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación activa en redes sociales, con preferencia por la interacción en línea y los mensajes directos.
<ul style="list-style-type: none"> • Valoran las marcas reconocidas y los testimonios de colegas y líderes de opinión en la industria dental. 	<ul style="list-style-type: none"> • Valoran las marcas que promueven el bienestar y la igualdad de género, y se sienten atraídas por el contenido inspirador.

6. Segmentación

Arquetipos

¿Qué Podemos Hacer?

Arquetipo Hombre	Arquetipo Mujer
<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer demostraciones en persona y pruebas gratuitas para demostrar el valor y la eficiencia de la aplicación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Proporcionar capacitación personalizada y un servicio de atención al cliente de calidad para guiar en el uso de la aplicación
<ul style="list-style-type: none"> • Destacar los beneficios de la aplicación en términos de cumplimiento de facturación electrónica y gestión administrativa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar opciones de personalización en los servicios odontológicos y una interfaz sencilla de usar en la aplicación.
<ul style="list-style-type: none"> • Proporcionar un servicio de soporte técnico eficiente y una atención personalizada para resolver dudas y problemas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear contenido inspirador y relevante en blogs y redes sociales para promover el empoderamiento y el bienestar femenino.
<ul style="list-style-type: none"> • Mantener una comunicación activa y personalizada para establecer una relación de confianza con los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Proporcionar recursos y herramientas que ayuden a optimizar el tiempo y la gestión del trabajo en la clínica dental.

6. Segmentación

Resumen de Arquetipos

Arquetipo Ideal

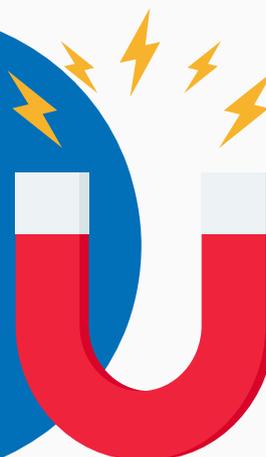
El **arquetipo masculino** es un dentista de 40 años, propietario de una clínica en Quito, Ecuador. Busca soluciones para mejorar la gestión de su clínica y mantener su rentabilidad. Está interesado en mantenerse actualizado y seguir siendo un referente en la comunidad dental.

El **arquetipo femenino** es una odontóloga de 35 años, enfocada en proporcionar una atención de calidad y equilibrar su vida personal y profesional. Aspira a inspirar a otras mujeres y promover el empoderamiento femenino en el campo dental. Sus frustraciones incluyen la falta de tiempo para el autocuidado y la sobrecarga laboral.



7. Lead Magnet

Algunas ideas



Guía completa de gestión eficiente de clínicas dentales

Crea una guía detallada que proporcione consejos y estrategias para optimizar la gestión de una clínica dental, abordando aspectos como la administración de pacientes, agenda, odontograma, tratamientos, facturación electrónica y más. Esto atraerá a dentistas propietarios interesados en mejorar la eficiencia de su clínica y brindar una atención de calidad.

10 pasos para cumplir con la facturación electrónica en tu clínica dental

Elabora una guía práctica que explique de manera clara y sencilla los pasos necesarios para cumplir con los requisitos de facturación electrónica en clínicas dentales. Esta guía atraerá a dentistas que buscan soluciones para facilitar y agilizar este proceso y que desean evitar posibles errores o incumplimientos normativos.

Ebook – Claves para el éxito en la gestión de tu clínica dental

Crea un ebook que ofrezca consejos y mejores prácticas para lograr una gestión exitosa en una clínica dental. Incluye temas como el marketing para dentistas, la retención de pacientes, la optimización de recursos y la mejora de la rentabilidad. Esta guía será atractiva para dentistas que buscan crecer profesionalmente y mejorar la rentabilidad de su clínica.

Checklist de implementación de una solución de gestión para clínicas dentales

Elabora un checklist detallado que ayude a los dentistas a evaluar, seleccionar e implementar una solución de gestión para su clínica dental. Incluye criterios importantes a considerar, pasos a seguir y consejos prácticos. Esta guía será valiosa para aquellos dentistas que están buscando una solución confiable y completa para mejorar su práctica.

8. Propuesta de Valor



Con Dental Prime, nuestro completo sistema de gestión en línea, ofrecemos a los dentistas propietarios una solución integral para administrar pacientes, doctores, agenda, odontograma, tratamientos, procedimientos, ingresos, gastos y cumplimiento de facturación electrónica. Nuestra aplicación, accesible desde cualquier dispositivo, está diseñada específicamente para satisfacer las necesidades de los dentistas que desean mejorar la eficiencia y el desempeño de su clínica.

Al elegir Dental Prime, los dentistas propietarios pueden esperar:

- **Eficiencia mejorada:** Nuestra plataforma simplifica y automatiza los procesos administrativos y clínicos, lo que permite una gestión más eficiente de los pacientes, tratamientos y facturación. Ahorre tiempo y recursos valiosos en la gestión de su clínica dental.
- **Cumplimiento normativo:** Con Dental Prime Pro, el cumplimiento de la facturación electrónica y los requisitos legales se vuelve más sencillo. Nuestra aplicación se adapta a las normativas vigentes y facilita el proceso de generación de facturas y reportes, asegurando una gestión administrativa adecuada.
- **Atención de calidad:** Al optimizar la gestión de su clínica, Dental Prime Pro permite a los dentistas propietarios centrarse en brindar una atención de calidad a sus pacientes. Mejore la experiencia del paciente y fortalezca la reputación de su clínica dental.
- **Rentabilidad:** Al contar con una solución integral y eficiente, los dentistas propietarios pueden maximizar la rentabilidad de su clínica. Mejore los procesos de facturación, gestión de tratamientos y control de gastos, permitiendo un crecimiento sostenible y una mayor rentabilidad en su práctica dental.

Con Dental Prime, ayudamos al arquetipo de cliente a optimizar la gestión de su clínica dental, cumplir con los requisitos legales, brindar una atención de calidad y aumentar su rentabilidad.

9. Costos



Costos Fijos

Son aquellos gastos que una empresa incurre y que no varían en relación a la cantidad de producción o ventas. Estos costos permanecen constantes, independientemente de si se produce más o menos.

COSTOS FIJOS (MENSUAL)	\$ 2.620,00
Mantenimiento APP	\$ 800,00
Alojamiento y servicios nube	\$ 35,00
Soporte técnico y atención al cliente	\$ 225,00
Integraciones y APIs externas	\$ 20,00
Gastos Contable, Administrativo	\$ 545,00
Arriendo Oficina	\$ 400,00
Capacitación y formación	\$ 20,00
Servicios profesionales externos	\$ 50,00
Gastos generales y administrativos	\$ 150,00
Marketing y promoción	\$ 250,00
Contingencias y provisiones	\$ 100,00
Provisión QA	\$ 25,00

9. Costos



Costos Variables

Son los gastos que cambian en proporción directa a la cantidad de producción o ventas de una empresa. En este caso no se han registrado costos variables, ya que el producto es un sistema de gestión online.

Inversión aplicación Saas (Software as a Service)

En el ámbito del desarrollo de una aplicación SaaS, la inversión se refiere a la asignación de recursos financieros, tecnológicos y humanos para el diseño, desarrollo y puesta en marcha de la aplicación.

Implica la dedicación de capital, tiempo y esfuerzo con el propósito de crear y lanzar un producto de software basado en la nube que brinde servicios a través de una suscripción.

La inversión en el desarrollo de una aplicación SaaS incluye aspectos como la contratación de personal especializado, el diseño y la arquitectura de software, la adquisición o configuración de servidores y recursos tecnológicos, la realización de pruebas y mejoras continuas, así como la implementación de estrategias de marketing y ventas.

Además, la inversión en el desarrollo de una aplicación SaaS también puede incluir aspectos como la investigación de mercado y el análisis de la competencia, el estudio de viabilidad financiera, la obtención de financiamiento o inversión externa si es necesario, y la evaluación de los costos y beneficios esperados a lo largo del tiempo.

Es importante tener en cuenta que en el caso de una aplicación SaaS, la inversión no solo se limita al desarrollo inicial, sino que también implica la actualización, el mantenimiento y la mejora continua del software, así como la atención al cliente y el soporte técnico para asegurar la satisfacción de los usuarios y el crecimiento del negocio.

INVERSION	\$ 10.500,00	AÑOS DE RECUPERACION	
Desarrollo APP	\$ 8.000,00	DEINVERSION	\$ 6,00
Equipos Informáticos/Celulares	\$ 2.000,00	EN MESES	\$ 72,00
Inmueble	\$ 500,00	CUOTAS MENSUALES	\$ 145,83

9. Costos



Costo Unitario

El costo unitario es el costo total de producción de un bien o servicio dividido por la cantidad de unidades producidas.

Es el costo promedio por unidad y se utiliza para determinar cuánto cuesta producir cada artículo individualmente.

El cálculo del costo unitario implica sumar todos los costos asociados con la producción, como el costo de los materiales, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación. Luego, esta suma se divide por la cantidad de unidades producidas durante un período determinado.

Para la estimación del costo unitario se han considerado una estimación mensual en 3 escenarios de la cantidad de membresías mensuales a tener del producto Dental Prime.

ESTIMACION MENSUAL	
CONSERVADOR	20
OPTIMISTA	30
OBJETIVO	40

COSTOS FIJOS+ INVERSION (MES)	\$ 2.765,83		
	CONSERVADOR	OPTIMISTA	OBJETIVO
COSTOS FIJOS + INVERSION MES, SEGÚN ESTIMACION DE VENTAS	\$ 138,29	\$ 92,19	\$ 69,15
COSTOS VARIABLES (MENSUAL)	\$ -	\$ -	\$ -
COSTO UNITARIO	\$ 138,29	\$ 92,19	\$ 69,15



10. Precio de Venta



Precio de Venta

Para el desarrollo del precio de venta se han considerado los siguientes aspectos: % de ganancia, las comisiones de banco y pasarelas de pagos.

La siguiente tabla presenta los cálculos para los escenarios defidos: Conservador, Optimista y Objetivo.

Es importante encontrar un equilibrio entre el precio de venta y la demanda del mercado.

- Si el precio es demasiado alto en relación con el valor percibido del producto o servicio, puede haber una reducción en la demanda y las ventas.
- Si el precio es demasiado bajo, la empresa puede tener dificultades para cubrir los costos y obtener beneficios.

			CONSERVADOR			OPTIMISTA			OBTEJIVO		
COSTO UNITARIO			\$ 138,29			\$ 92,19			\$ 69,15		
GANANCIA	3%										
	97%	\$0,97									
PRECION CON GANANCIA			\$ 142,57	Ganancia	\$ 4,28	\$ 95,05	Ganancia	\$ 2,85	\$ 71,28	Ganancia	\$ 2,14
COMISIONES DE BANCOS	4,50%										
COMISIONES DE PASARELAS DE PAGOS	6,00%										
	10,50%	\$0,90									
PRECIO DE VENTA			\$ 159,29	Comisión por Venta	\$ 16,73	\$ 106,20	Comisión por Venta	\$11,15	\$ 79,65	Comisión por Venta	\$ 8,36
IVA		12%		Pago del IVA	\$ 19,12		Pago del IVA	\$12,74		Pago del IVA	\$ 9,56



11. Punto de Equilibrio



Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio, también conocido como punto de equilibrio financiero o umbral de rentabilidad, es el nivel de ventas en el cual los ingresos totales son iguales a los costos totales, es decir, cuando una empresa no genera ni pérdidas ni ganancias.

En otras palabras, es el punto en el cual los ingresos cubren exactamente los costos, sin generar utilidades ni pérdidas.

En el punto de equilibrio, los ingresos totales son iguales a los costos totales, divididos en dos categorías principales: los costos fijos y los costos variables.

El punto de equilibrio se calcula dividiendo los costos fijos totales entre la diferencia entre el precio de venta unitario y los costos variables unitarios. Esto determina la cantidad de unidades o el nivel de ventas necesario para cubrir todos los costos y llegar al punto de equilibrio. Para el estudio de Dental Prime no se registran Costos Variables.

Conocer el punto de equilibrio es fundamental para la gestión financiera de una empresa, ya que proporciona información sobre el nivel mínimo de ventas requerido para cubrir los costos y evitar pérdidas.

PUNTO DE EQUILIBRIO ACTUAL	
Costos Fijos	\$ 2.620,00
Precio de Venta	\$ 15,00
Cantidad de Productos a vender	175

PUNTO DE EQUILIBRIO	CONSERVADOR	OPTIMISTA	OBJETIVO
Costos Fijos	\$ 2.620,00	\$ 2.620,00	\$ 2.620,00
Precio de Venta	\$ 159,29	\$ 106,20	\$ 79,65
Cantidad de Productos a vender	16	25	33



12. Precio Final



Precio Final

Es el monto total que un cliente debe pagar por un producto o servicio.

		CONSERVADOR		OPTIMISTA		OBJETIVO			
COSTO UNITARIO		\$ 138,29		\$ 92,19		\$ 69,15			
PRECIO DE VENTA DESGLOSADO		CONSERVADOR		OPTIMISTA		OBJETIVO		PRECIO PROMEDIO DE MERCADO	
COSTO UNITARIO		\$ 138,29		\$ 92,19		\$ 69,15			
GANANCIA		3% \$ 4,28	\$ 159,29	\$ 2,85	\$ 106,20	\$ 2,14	\$ 79,65	\$	67,00
COMISIONES		\$ 16,73		\$ 11,15		\$ 8,36			
RESUMEN DEL VALOR QUE OFRECE EL PRODUCTO									
Ventajas Competitiva: Odontograma adaptado a las necesidades del odontólogo Cumplimiento normativo de acuerdo al Servicio de Rentas Internos (SRI) Notificación via Whatsapp									
CONCLUSIONES Y RESULTADOS (Disminuir Costo Unitario/Disminuir o aumentar % ganancia)								PRECIO MODIFICADO	
La estrategia para definir el Precio al Consumidor ser "Estrategia de Precio Psicológico" Plan Anual/Plan Semestral/Plan Mensual Plan Anual: descuento 3% Plan Semestral: descuento 2% Plan Mensual: 85,99 USD valor tachado, y se pone el valor equivalente Precio Final 80,99 USD								\$ 80,99	
AJUSTA QUE TANTO PODRAS AUMENTAR, MANTENER O DISMINUIR TU PRECIO CON LO SIGUIENTE									
A mayor cantidad de productos sustitutos, menor libertad de aumentar tu precio.					A mayor similitud de productos sustitutos, menor libertad de aumentar tu precio.				
DEMANDA								PRECIO FINAL	
								\$ 80,99	
Mayor demanda: precio más competitivo				Menor demanda: precio más elevado (analiza muy bien)					

Competencia

PAIS	POPULARIDAD	EMPRESA	LINK	MENSUAL
CHILE	Extremadamente popular	Dental Link	https://www.software dental link.com	\$ 42,00
ESPAÑA	Extremadamente popular	ODONTOXYS	https://odontosys.com/	\$ 80,00
ESPAÑA	Muy poco popular	DentalTap	https://dentaltap.com/	\$ 80,00
PROMEDIO				\$ 67,33

13. Estrategia de Precios

Estrategia de Precios

La siguiente tabla presenta los precios que se aplicarán al producto Dental Prime de acuerdo a 3 tipos de membresías: Anual, Semestral y Mensual.

Como estrategia de precios se ha considerado "La estrategia de precio psicológico" la cual se basa en la percepción psicológica de los clientes y su influencia en la toma de decisiones de compra.

En lugar de basarse únicamente en los costos de producción o el valor intrínseco del producto, esta estrategia se centra en cómo los consumidores perciben el precio y cómo eso afecta su comportamiento de compra.

El precio psicológico se utiliza para crear una percepción específica en la mente del consumidor, ya sea de valor, calidad, exclusividad o ahorro. Algunas técnicas comunes utilizadas en esta estrategia incluyen:

1. Precios de referencia: Se establece un precio de referencia, generalmente un precio anterior más alto, para resaltar el descuento o la oferta actual. Esto crea la ilusión de un ahorro y puede motivar a los consumidores a comprar.
2. Precios terminados en 9: Utilizar precios que terminan en .99 o .95 en lugar de números redondos. Por ejemplo, establecer un precio de \$9.99 en lugar de \$10.00. Esto crea la sensación de que el precio es más bajo, a pesar de que la diferencia es mínima.

Para el estudio se ha definido lo siguiente:

- El precio de venta mensual establecido es: 80,99 USD
- Como precio de referencia se presentará con un incremento del 5%.

Para el Plan Anual se ha considerado el máximo % de descuento, el cual corresponde al % de Ganancia definido en el "Cálculo del Precio de Venta equivalente al 3%.

Para el Plan Semestral se ha considerado % de descuento equivalente al 2%.

PRECIO FINAL MES	\$ 80,99	5%			
	NORMAL	DESCUENTO	DESCONTADO	PRECIO WEB	
ANUAL	\$ 971,88	3%	\$ 29,16	\$ 942,72	\$ 942,99
SEMESTRAL	\$ 485,94	2%	\$ 9,72	\$ 476,22	\$ 476,99
MES	\$ 85,04	5%	\$ 4,25	\$ 80,79	\$ 80,99

Los precios no incluyen IVA

13. Estrategia de Precios



Precios Sitio Web

PRECIO FINAL MES	\$ 80,99	5%			
	NORMAL	DESCUENTO	DESCONTADO	PRECIO WEB	
ANUAL	\$ 971,88	3%	\$ 29,16	\$ 942,72	\$ 942,99
SEMESTRAL	\$ 485,94	2%	\$ 9,72	\$ 476,22	\$ 476,99
MES	\$ 85,04	5%	\$ 4,25	\$ 80,79	\$ 80,99

Los precios no incluyen IVA

SPECIAL OFFER

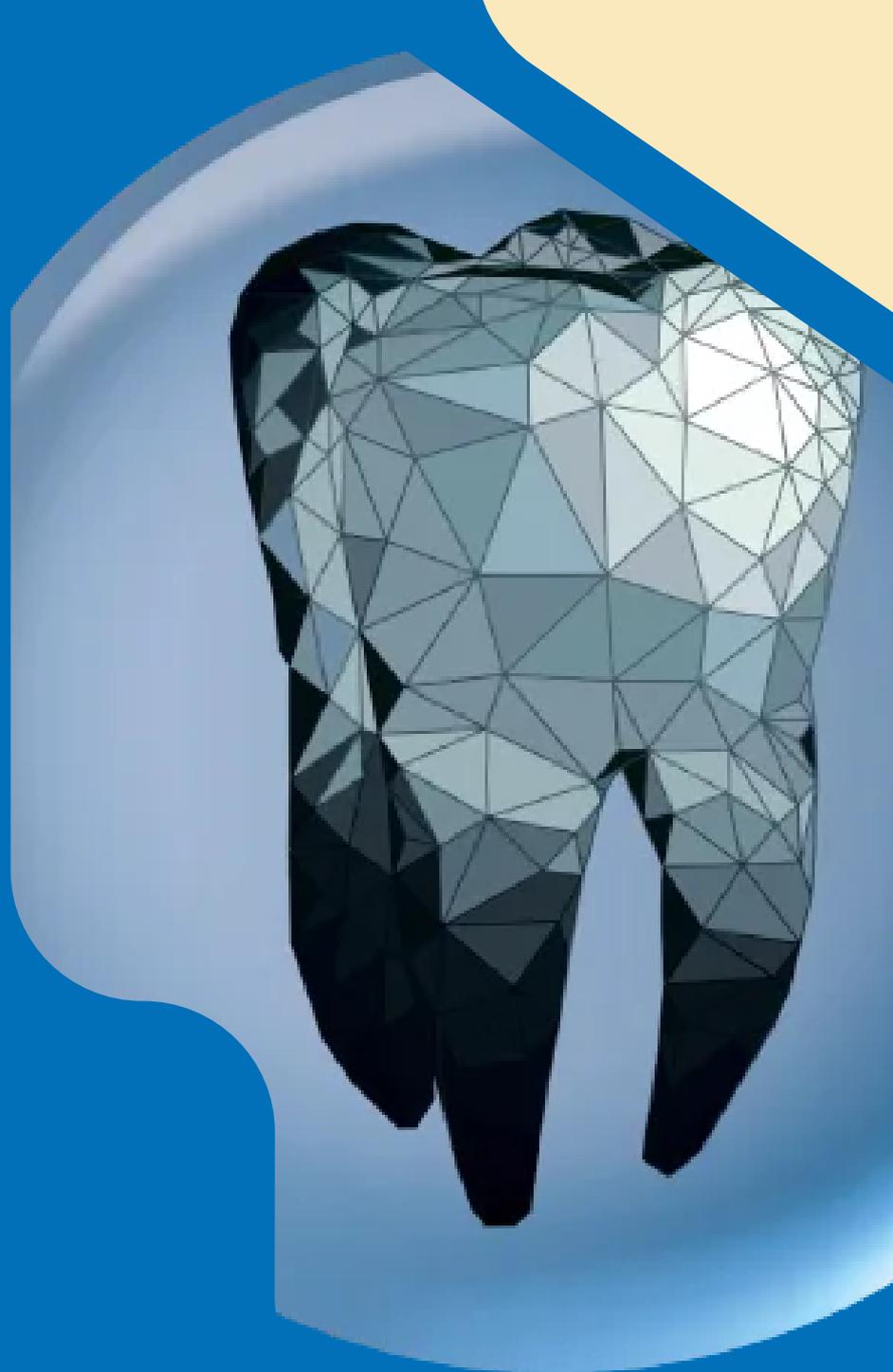
Anual
942,99 USD
~~971,99 USD~~
+IVA

SPECIAL OFFER

Semestral
476,99 USD
~~485,99 USD~~
+IVA

SPECIAL OFFER

Mensual
80,99 USD
~~85,99 USD~~
+IVA



Elaborado por:
Lourdes Plaza
Project Digital Marketing
 @lourdes.plaza.digitalmarketing



Santiago, Chile | +59 9 836 12 303 | www.lourdesplaza.com