

**TECNOLÓGICO UNIVERSITARIO RUMIÑAHUI
CARRERA MARKETING DIGITAL Y VENTAS**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE TÉCNICO EN MARKETING DIGITAL Y VENTAS**

TEMA:

Plan de Negocio y Marketing Digital

Marca: CPOECUADOR

Para Comercializar: Cursos Odontológicos

Ubicación: Norte de Quito, edificio metropolitano

Año: 2024-2025

Autores: Fabricio Ramiro López Barba

Tutor: Danilo Santillán Msc.

**SEPTIEMBRE 2024
SANGOLQUÍ-ECUADOR**

**CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN**

CT-ANX-2024-ISTER-6-6.1

Sangolquí, 15 de Octubre del 2024

**MSc. Elizabeth Ordoñez
DIRECTORA DE DOCENCIA**

**MSc. Mónica Loachamín
COORDINADORA DE TITULACIÓN**

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE
UNIVERSITARIO**

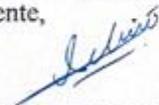
Presente

Por medio de la presente, yo, FABRICIO RAMIRO LOPEZ BARBA declaro y acepto en forma expresa lo siguiente: Ser autor del trabajo de titulación denominado **MARKETING Y VENTA DE CURSOS ODONTOLÓGICOS**, de la Tecnicatura Superior **MARKETING DIGITAL Y VENTAS**; y a su vez manifiesto mi voluntad de ceder al Instituto Superior Tecnológico Rumiñahui con condición de Universitario, los derechos de reproducción, distribución y publicación de dicho trabajo de titulación, en cualquier formato y medio, con fines académicos y de investigación.

Esta cesión se otorga de manera no exclusiva y por un periodo indeterminado. Sin embargo, conservo los derechos morales sobre mi obra.

En fe de lo cual, firmo la presente.

Atentamente,



FABRICIO RAMIRO LOPEZ BARBA

C.I.: 0604426783

MATRIZ SANGOLQUÍ: Av. Atahualpa 1701 y 8 de Febrero

Telf: 0960052734 / 023524576 / 022331628

www.ister.edu.ec / info@ister.edu.ec

FORMULARIO PARA ENTREGA DE PROYECTOS EN BIBLIOTECA INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE UNIVERSITARIO

CT-ANX-2024-ISTER-1

CARRERA:

TECNICATURA SUPERIOR EN MARKETING DIGITAL Y VENTAS

AUTOR /ES:

FABRICIO RAMIRO LOPEZ BARBA

TUTOR:

MSC. DANILO SANTILLAN MORETA

CONTACTO ESTUDIANTE:

+593987427532

CORREO ELECTRÓNICO:

Ramirolopez91@hotmail.com

TEMA:

MARKETING Y VENTA DE CURSOS ODONTOLÓGICOS

OPCIÓN DE TITULACIÓN:

TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR

RESUMEN EN ESPAÑOL:

CPOECUADOR es una institución educativa especializada en la formación continua de odontólogos. Su misión es ofrecer cursos y diplomados de alta calidad con el fin que actualicen sus conocimientos y mejoren sus habilidades siendo los mejores profesionales de la odontología. Todo mediante su equipo docente altamente calificado en nuestras modernas instalaciones, buscamos mejorar la práctica clínica de los estudiantes y, en consecuencia, la atención odontológica que reciben los pacientes.

La institución se destaca por su enfoque práctico, que combina la teoría con la práctica laboratorial y la práctica clínica, adicional por su compromiso con la excelencia académica.

Una presencia digital sólida permite que los potenciales pacientes encuentren fácilmente al odontólogo y su clínica a través de motores de búsqueda y redes sociales. Además, llega a una audiencia más amplia y segmenta los mensajes según las características e intereses de los pacientes potenciales.

PALABRAS CLAVE:

Formación continua
Odontología
Capacitación
Cursos y diplomados
Excelencia académica

ABSTRACT:

CPOECUADOR is an educational institution specialized in the continuous training of dentists. Its mission is to offer high-quality courses and diplomas that update the knowledge and skills of dental professionals. All through its highly qualified teaching team in our modern facilities, we seek to improve the clinical practice of students and, consequently, the dental care that patients receive.

The institution stands out for its practical approach, which combines theory with laboratory practice and clinical practice, additionally for its commitment to academic excellence. A strong digital presence allows potential patients to easily find the dentist and their clinic through search engines and social networks. In addition, it reaches a broader audience and segments messages according to the characteristics and interests of potential patients.

PALABRAS CLAVE:

Continuous training
Dentistry
Training
Courses and diplomas
Academic excellence

SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

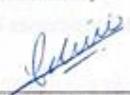
CT-ANX-2024-ISTER-2
Sangolquí, 15 de Octubre del 2024

Sres.-
**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO RUMIÑAHUI CON CONDICIÓN DE
UNIVERSITARIO**

Presente

A través del presente me permito aceptar la publicación del trabajo de titulación de la Unidad de Integración Curricular en el repositorio digital "DsPace" del estudiante: **FABRICIO RAMIRO LOPEZ BARBA**, con C.I.: **0604426783** alumno de la Carrera TÉCNICO SUPERIOR EN MARKETING DIGITAL Y VENTAS.

Atentamente,



Firma del Estudiante
C.I.: **0604426783**

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO DIGITAL.....	6
1.1 Antecedentes	
1.1.1 Marketing Digital	
1.2 Problema	
1.3 Contexto	
1.4 Justificación	
1.5 Objetivos	
1.5.1 Objetivo General	
1.5.2 Objetivos Específicos	
1.6 Impacto	
1.7 Modelo de Negocio Digital: B2B, B2C	
CAPÍTULO II: PROCESO CREATIVO	
.....	
12	
2.1 Logotipo	
2.2 Isotipo	
2.3 Slogan	
2.4 Colores Institucionales, Positivo Negativo, Usabilidad, Aplicaciones	
2.5 Historia de la Marca	
2.6 Quienes somos	
2.7 Core Business	
2.8 Filosofía empresarial: Misión, Visión, Valores	
2.9 Mapa de percepción o posicionamiento: Definición y gráfica	
2.10 Propuesta de Valor Digital.	
2.11 Segmentación y Microsegmentación.	
CAPÍTULO III: PROCESO ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL	
.....	
31	
3.1 Análisis del Entorno/ PESTEL	
3.2 Análisis de la Competencia/ 5 FUERZAS DE PORTER	
3.3 Identificación de Oportunidades	
3.4 Identificación de Amenazas	
3.5 Análisis Interno de la Empresa/ CADENA DE VALOR	
3.6 Identificación Fortalezas	

- 3.7 Identificación Debilidades
- 3.8 Matriz FODA INICIAL

CAPÍTULO IV: PROCESO ESTRATÉGICO COMERCIAL

41

- 4.1 Marketing Mix 4Ps
- 4.2 MARCA/PRODUCTO
 - 4.2.1 Estudio de Marca
 - 4.2.2 Reconocimiento de marca
 - 4.2.3 Personalidad de marca
 - 4.2.4 Categoría de productos
 - 4.2.5 Mezcla de productos
 - 4.2.6 Matriz de Ansoff
 - 4.2.7 Matriz de Ciclo de Vida
 - 4.2.8 Matriz BCG
- 4.3 PRECIO
 - 4.3.1 Cálculo del Margen del portafolio del emprendimiento por categoría
 - 4.3.2 Estrategia de fijación de precios por cada producto o servicio
 - 4.3.3 Punto de Equilibrio de cada producto o servicio
 - 4.3.4 Catálogo de Productos: Características, Beneficios, Precio
 - 4.3.5 Budget en unidades
 - 4.3.6 Budget en dólares
- 4.4 PLAZA O CANALES DE COMERCIALIZACIÓN
 - 4.4.1 Estructura del canal total
 - 4.4.2 Estructura del canal digital
 - 4.4.3 Nichos de mercado por cada canal y su # de potenciales clientes
 - 4.4.4 Per Cápita
- 4.5 PROMOCIÓN
 - 4.5.1 Plan de Medios: Tradicional y Digital; ATL & BTL
 - 4.5.2 Promoción de Marca: Top of Mind & Dirección estratégica y Plan de Acción
 - 4.5.3 Promociones por Canales: Dirección estratégica y Plan de Acción
 - 4.5.4 Promoción Canal Digital:

- Desarrollo Web
- Desarrollo Landing Page
- Email Marketing
- Posicionamiento SEO Perfil de Negocio
- SEM: Keywords y Google Ads Presupuesto diario
- Redes Sociales: Banners E-Promociones, Posters, Infografías
- Vídeo Online: Youtube Tik Tok
- Relaciones públicas y webinars

4.5.5 Trade Marketing: Merchandising, Impulsación, Vitrinismo

CAPÍTULO V: PROCESO ESTUDIO DE MERCADO

55

5.1 Investigaciones de Mercado

- 5.1.1 Resumen del estudio de Mercado: Metodología, Muestra, Encuesta, Entrevista, Focus Group, Investigación en web
- 5.1.2 Presentación de resultados gráficos
- 5.1.3 Análisis de Resultados y Estadística Descriptiva
- 5.1.4 Conclusiones de cada pregunta del estudio
- 5.1.5 Foda Final
- 5.1.6 Selección de variables para el Plan de Negocio Digital
 - 5.1.6.1 Perfil del consumidor
 - 5.1.6.2 Gustos, preferencias e intereses
 - 5.1.6.3 Segmento de mercado
 - 5.1.6.4 Producto o servicio
 - 5.1.6.5 Promoción y Comunicación
 - 5.1.6.6 Precios
 - 5.1.6.7 Forma de compra en el canal de distribución
 - 5.1.6.8 Hábitos de consumo y decisión de compra
 - 5.1.6.9 Forma de pago y logística de entrega
- 5.1.7 Planificación estratégica: Objetivos, Estrategias, Metas, Plan de acción, responsables, presupuesto

CAPÍTULO VI: PROCESO LEGAL , ORGANIZACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE MARKETING DIGITAL Y CONTENIDO.....

70

- 6.1 Normativa del Comercio electrónico en Ecuador y Ley Consumidor
- 6.2 Normativa Tributaria para tiendas en línea en Ecuador
- 6.3 Organización del Departamento de Inbound Marketing
- 6.4 Puestos claves del Departamento

- 6.5 Funciones del Departamento
- 6.6 Organigrama Orgánico-Funcional
- 6.7 Implementar campañas con Inbound Marketing: Metodología
 - 6.7.1 Buyer Persona
 - 6.7.2 Buyer's Journey
 - 6.7.3 Sales Process
- 6.8 Técnica lluvia de ideas para Promociones
- 6.9 Técnica lluvia de ideas para Contenido
- 6.10 Plan de Contenidos
- 6.11 Cronograma de anuncios

CAPÍTULO VII: PROCESO TÉCNICO LOGÍSTICO E IMPLEMENTACIÓN DE TODO EL ECOSISTEMA DIGITAL 77

- 7.1 Presentación Sitios Web actuales: Sitio web con Wordpress, Landing Page, Perfil del Negocio
- 7.2 Presentación e integración de todas las redes sociales
- 7.3 Ventaja competitiva de la presencia en Internet
- 7.4 Tienda OnLine
 - 7.4.1 Creación de la tienda online por: Woocommerce ó Ecwid u otro
 - 7.4.2 Diseño del sitio
 - 7.4.3 Datos básicos de la tienda virtual
 - 7.4.4 Catálogo de Productos: Características y Beneficios
 - 7.4.5 Precios
 - 7.4.6 Palabras claves
 - 7.4.7 Carrito de compra
 - 7.4.8 Pasarela de pagos y medio de pagos: Tarjeta crédito, manual, PayPal, Payphone,
 - 7.4.9 Botón de pagos
 - 7.4.10 Proceso Logístico
 - 7.4.11 Presentación de la tienda on line en la web
 - 7.4.12 Presentar transacciones reales
 - 7.4.13 Presentar estadísticas de carritos de compras efectivos y abandonados
 - 7.4.14 Afiliación a un Marketplace: Amazon, Facebook Marketplace u otro.

**CAPÍTULO VIII: PROCESO ESTUDIO FINANCIERO E
INVERSIÓN.....87**

- 8.1 Gastos de Promoción
- 8.2 Asignación de presupuesto mensual y anual
- 8.3 Plan de Inversión en plataformas digitales
- 8.4 Plan de Inversión en Marketing Tradicional
- 8.5 Estrategias Puntuales del Marketing Mix en Fechas Importantes:
 - 8.5.1 Producto
 - 8.5.2 Precio
 - 8.5.3 Plaza
 - 8.5.4 Promoción
- 8.6 Campañas pagadas#4 en Redes Sociales por Ads (Meta BS, Twitter, TikTok, LinkedIn...)
- 8.7 Campañas pagadas # 5 en Motores de búsqueda por: GoogleAds 3 y Youtube Ads 2
- 8.8 Google Analytics
- 8.9 CRM Hub Spot. Base de datos de Leads que salieron de campañas y están en el Funnel de Ventas

CAPÍTULO IX: PROCESO INTEGRACIÓN DE LA TIENDA ONLINE, EVALUACIÓN DE CAMPAÑAS.....100

- 9.1 Presentar la tienda online actualizada e integrada con todos los sitios web y las redes sociales.
- 9.2 Resumen de link
- 9.3 ROI DIGITAL: Concepto y Análisis
- 9.4 Conclusiones

REFERENCIAS Y ANEXOS.

• CAPITULO 1

2.1. ANTECEDENTES:

CPOEcuador, inaugurado en el año 2018, es el resultado de la consolidación de un centro de enseñanza de alta calidad en el campo de la salud dental con más de 7 años de experiencia. Su misión es brindar a los profesionales de la odontología y a futuros odontólogos, las herramientas y conocimientos necesarios para desenvolverse con éxito en este ámbito, a través de cursos, diplomados y congresos de actualización profesional.

El éxito de CPOEcuador radica en gran medida en su equipo docente, conformado por odontólogos extranjeros de amplia experiencia y reconocimiento en sus respectivas áreas. Estos profesionales no solo comparten sus conocimientos técnicos, sino que también transmiten su pasión por la odontología y su compromiso con la formación de las nuevas generaciones.

En la era digital actual, el marketing se ha convertido en una herramienta fundamental para el éxito de cualquier negocio, y la odontología no es la excepción. Los odontólogos que buscan destacarse en el mercado y atraer nuevos pacientes deben comprender la importancia de implementar estrategias de marketing digital efectivas.

Una presencia digital sólida permite que los potenciales pacientes encuentren fácilmente al odontólogo y su clínica a través de motores de búsqueda y redes sociales. Además, llega a una audiencia más amplia y segmenta los mensajes según las características e intereses de los pacientes potenciales.

Suele ser más rentable que las estrategias tradicionales de marketing, permitiendo optimizar el presupuesto y obtener un mayor retorno de la inversión.

CPO Ecuador reconoce la importancia del marketing digital para el éxito de los odontólogos, próximamente queremos ofrecer a nuestros estudiantes y egresados asesoría y capacitación en esta área. La institución comprende que, en un mundo cada vez más digital, los odontólogos que no aprovechen las herramientas del marketing online se quedarán atrás.

2.2. PROBLEMA

Posicionamiento de Marca:

CPO Ecuador, sin duda, ha logrado un gran reconocimiento en el ámbito de la formación continua para odontólogos en el país. Sin embargo, como cualquier institución, enfrenta desafíos que es importante considerar para su continuo crecimiento y mejora.

La escasez de vendedores se convierte en un problema serio para nuestra empresa, afectando negativamente nuestro crecimiento, rentabilidad y competitividad.

Otro de los principales problemas de nuestra institución y de otras instituciones del país es el registrar los diplomas en la Senescyt, ya que referente a salud no existe un ente regulador, por lo tanto no se puede registrar a los diplomas en el país, siendo este un factor que influye en la venta de los cursos ya que un gran porcentaje de profesionales de la salud dental buscan validar los diplomas en nuestro país mediante la senescyt.

2.3. CONTEXTO

Demanda de Cursos y diplomados en odontología:

La odontología es una disciplina en constante evolución, con nuevos avances y técnicas que surgen continuamente. Los odontólogos necesitan actualizar sus conocimientos y habilidades de manera regular para ofrecer la mejor atención posible a sus pacientes.

Cada vez más odontólogos buscan especializarse en áreas específicas de la odontología, como ortodoncia, implantología, ortopedia dental, estética dental, endodoncia. Esto genera una demanda de cursos y diplomados enfocados en estas áreas.

Existe un creciente interés entre los odontólogos ecuatorianos por la educación continua. Esto se debe a la conciencia de la importancia de mantenerse actualizado y a la búsqueda de mejores oportunidades profesionales.

La presente investigación se realizó con el fin de desarrollar un objetivo de estrategias de ventas de cursos odontológicos y la aplicación del marketing digital en la odontología, de esta manera adaptarse al mundo digital, así aumentar la rentabilidad de nuestro centro odontológico.

El análisis realizado junto a la fundamentación teórica fueron fundamentales para el diseño de estrategias del marketing digital de nuestro centro odontológico, planteados contenidos publicitarios, automatizaciones de mensajería con el fin de captar nuevos usuarios y fidelizarlos.

2.4. JUSTIFICACIÓN

CPO Ecuador nos apasiona la odontología y estamos comprometidos con el desarrollo profesional continuo de los odontólogos ecuatorianos. Aspiramos a ser el **mejor centro de perfeccionamiento odontológico del país**, ofreciendo cursos y diplomados de la más alta calidad, impartidos por profesionales reconocidos a nivel nacional e internacional.

La aplicación de técnicas de marketing y ventas en el campo odontológico han cambiado ante la creciente evolución digital, en la actualidad las clínicas dentales y profesionales de la salud dental buscan apoyo en el área del marketing digital para generar la captación de mayores clientes potenciales ofreciendo sus servicios especializados con el fin de mostrar sus servicios altamente profesionales, con el fin de generar confianza al consumidor.

Misión de CPO Ecuador:

Brindar a los odontólogos ecuatorianos una formación continua de alta calidad, basada en la actualización constante, la especialización y el desarrollo de habilidades profesionales, con el objetivo de contribuir al avance de la odontología en el país y a la mejora de la salud bucal de la población.

Visión de CPO Ecuador:

Ser el centro de referencia en formación continua para odontólogos en Ecuador, reconocido por su excelencia académica, su compromiso con la innovación y su contribución al desarrollo profesional de los odontólogos y al bienestar de la sociedad.

2.5. OBJETIVOS

Objetivo General:

Elevar el nivel de conocimiento, habilidades y competencias de los odontólogos ecuatorianos, contribuyendo al desarrollo de una odontología de excelencia que brinde atención integral y de calidad a los pacientes.

Objetivos Específicos:

- Ofrecer cursos y diplomados de alta calidad en diferentes áreas de la odontología
- Ofrecer lo mejor experiencia educativa con docentes nacionales e internacionales.
- Promover la actualización constante de los odontólogos sobre las últimas técnicas y tendencias.
- Fomentar la especialización de los odontólogos en áreas de su interés.
- Facilitar el intercambio de experiencias y conocimientos entre odontólogos a través de eventos académicos y de networking.
- Contribuir a la mejora de la salud bucal de la población ecuatoriana a través de una odontología de calidad.
- Fundamentar científicamente la importancia del diseño de estrategias del marketing digital.

2.6. ALCANCE Y RESULTADOS ESPERADOS

CPO Ecuador, Centro de Perfeccionamiento en Odontología, se ha establecido como una institución líder en la formación continua de odontólogos en el país. Su ambicioso proyecto educativo persigue alcanzar un conjunto de alcances y resultados esperados que impactarán positivamente en el ámbito odontológico ecuatoriano.

Alcances:

- CPO Ecuador busca convertirse en un referente nacional en la formación continua de odontólogos, ofreciendo una amplia gama de cursos y diplomados de alta calidad que abarquen las diferentes áreas de la odontología.
- La institución aspira a fomentar la especialización de los odontólogos en áreas de su interés, permitiendo un desarrollo profesional integral y el crecimiento de la odontología especializada en Ecuador.
- CPO Ecuador busca ser un espacio propicio para la investigación y el desarrollo en el campo de la odontología, contribuyendo al avance del conocimiento y la aplicación de nuevas técnicas y metodologías.
- La formación continua y la especialización de los odontólogos, impulsadas por CPO Ecuador, contribuirán a elevar los estándares de atención odontológica en el país, beneficiando directamente a los pacientes.
- La institución persigue fortalecer el gremio odontológico ecuatoriano a través de la formación continua, el intercambio de experiencias y el fomento de la investigación, consolidando una comunidad profesional sólida y comprometida con la excelencia.

Resultados Esperados:

- CPO Ecuador espera que un porcentaje cada vez mayor de odontólogos ecuatorianos reconozca la importancia de la actualización constante y se inscriba en sus cursos y diplomados.
- La institución busca ampliar su oferta educativa para abarcar un mayor número de áreas de especialización en odontología, satisfaciendo las necesidades de formación de los odontólogos y respondiendo a las demandas del mercado.
- CPO Ecuador aspira a convertirse en un centro de investigación reconocido, donde se generen nuevos conocimientos y se propongan soluciones innovadoras para los desafíos de la odontología.
- La formación continua y la especialización de los odontólogos, impulsadas por CPO Ecuador, se traducirán en una mejor calidad de la atención odontológica que reciben los pacientes ecuatorianos.
- La institución busca consolidar su posición de liderazgo en el ámbito de la formación continua en odontología, tanto a nivel nacional como internacional, siendo un modelo a seguir para otras instituciones educativas.

2.7. MATERIALES Y MÉTODOS:

CPO Ecuador, emplea una variedad de materiales y métodos de enseñanza para brindar una experiencia educativa integral y de alta calidad a sus estudiantes. Estos recursos se seleccionan cuidadosamente para facilitar el aprendizaje, la retención de conocimientos y el desarrollo de habilidades prácticas en el campo de la odontología.

Materiales Didácticos:

- Los cursos y diplomados se basan en módulos de estudio completos y bien estructurados que abarcan los temas específicos de cada programa. Estos módulos incluyen material teórico, casos clínicos, ejercicios prácticos y recursos multimedia.
- Se utilizan presentaciones multimedia dinámicas e interactivas para ilustrar conceptos clave y captar la atención de los estudiantes.

- Se proporciona material de lectura adicional, como artículos científicos, libros especializados y estudios de casos, para profundizar en los temas abordados.
- Se emplean videos tutoriales, demostraciones clínicas y simulaciones para reforzar el aprendizaje teórico y brindar una experiencia práctica visual.
- CPO Ecuador cuenta con una plataforma virtual de aprendizaje que permite a los estudiantes acceder a los materiales del curso, interactuar con los docentes y realizar actividades en línea mediante un link enviado por el docente.
- Las redes sociales se vuelven una herramienta fundamental para interactuar con las personas y promocionar nuestros servicio.

Métodos de Enseñanza:

- Los docentes imparten clases expositivas dinámicas y claras, utilizando recursos visuales y ejemplos prácticos para facilitar la comprensión de los conceptos.
- Se organizan seminarios y talleres gratuitos especializados para abordar temas específicos en profundidad y fomentar la discusión entre los estudiantes.
- Los cursos y diplomados incluyen sesiones de prácticas clínicas supervisadas por docentes experimentados, donde los estudiantes pueden aplicar los conocimientos adquiridos en escenarios reales.
- Se utilizan simuladores dentales y laboratorios equipados con tecnología de vanguardia para brindar a los estudiantes experiencias prácticas realistas y seguras.
- **Estudios de casos:** Se analizan estudios de casos reales para que los estudiantes puedan aplicar sus conocimientos y habilidades para resolver problemas clínicos.
- Se fomenta el trabajo en equipo y la colaboración entre los estudiantes a través de actividades grupales y proyectos conjuntos.

Evaluación del Aprendizaje:

- Se realizan exámenes teóricos para evaluar el conocimiento y la comprensión de los conceptos aprendidos.
- Se realizan evaluaciones prácticas para evaluar las habilidades clínicas y la capacidad de los estudiantes para aplicar sus conocimientos en situaciones reales.
- Se asignan trabajos finales que permiten a los estudiantes integrar los conocimientos adquiridos a través de un proyecto de investigación o un caso clínico.
- Los docentes brindan retroalimentación continua a los estudiantes sobre su desempeño, ayudándoles a identificar sus fortalezas y áreas de mejora.

2.8. IMPACTO Y BENEFICIARIOS:

Nuestro impacto permite a los odontólogos actualizar sus conocimientos, adquirir nuevas habilidades y especializarse en áreas de su interés, lo que se traduce en una mayor calidad de la atención que brindan a sus pacientes.

Al contar con odontólogos mejor capacitados y especializados, la población ecuatoriana tiene acceso a una atención odontológica más efectiva, preventiva y de calidad, lo que contribuye a mejorar su salud bucal en general.

Beneficiarios:

Beneficiarios Directos:

Los beneficiarios directos de CPO Ecuador son los odontólogos que participan en sus cursos, diplomados y congresos, ya que adquieren nuevos conocimientos, habilidades y especializaciones que les permiten mejorar su desempeño profesional y ofrecer una atención de mayor calidad a sus pacientes.

Beneficiarios Indirectos:

- Los pacientes se benefician indirectamente de la formación continua de los odontólogos, ya que tienen acceso a una atención odontológica más efectiva, preventiva y de calidad.
- Las empresas que proveen insumos, equipos y servicios para el sector odontológico se benefician del crecimiento del mercado impulsado por la formación continua de los odontólogos.

- **CAPITULO II**

PROCESO CREATIVO

En el manual de Marca tenemos una herramienta para el uso de los miembros administrativos de CPOECUADOR, para el uso del personal encargado del área de comunicación, diseño gráfico, marketing y ventas, con la finalidad de que se cumplan los niveles de calidad respetando la identidad corporativa.

2.1 ISOLOGO

Presentación y descripción del Isologo.

El isologo de CPO Ecuador es un símbolo gráfico que representa la identidad visual de la institución. Está compuesto por una muela que representa el área de la odontología, la cual tiene una curvatura interna seguida de las letras "C", "P", "O" que se encuentran entrelazadas, en donde la letra "C" encaja con dicha curvatura.

Las letras "C", "P", "O", representan las iniciales del nombre de la institución:
Centro de Perfeccionamiento Odontológico.

Se busca proyectar con énfasis la facilidad para recordar el nombre, para generar un mayor posicionamiento dentro del campo odontológico de país.

El isologo de CPO Ecuador transmite una imagen de una institución sólida, confiable y comprometida con la excelencia en la educación odontológica.





Debajo aparece la palabra "ECUADOR", como parte integral del isologo, con la finalidad de dar una identidad a la empresa en un entorno internacional.

AREA DE PROTECCION

El área de protección es un espacio alrededor del isologo que se debe respetar y no puede ser invadido por otros elementos gráficos, como textos, imagenes y fotografías.



2.1 SLOGAN

Nuestro slogan es simple pero efectivo, basado en sus iniciales "C", "P", "O", Centro de Perfeccionamiento Odontológico, transmite la esencia de la institución y comunica su propuesta de valor de manera clara, concisa y memorable.

Centro de Perfeccionamiento Odontológico

2.2 COLORES INSTITUCIONALES, POSITIVO NEGATIVO, USABILIDAD, APLICACIONES

En CPO Ecuador hemos elegido una paleta de colores que combina el azul, el amarillo y el gris para representar su identidad visual.

Esta combinación transmite una imagen de profesionalismo, confianza, innovación y equilibrio, donde se alinea perfectamente con los valores y la propuesta de valor de la institución.



Simbolismo de los colores:

- El **azul** es un color tradicionalmente asociado con la confianza, la seguridad, la profesionalidad y la inteligencia. En CPO Ecuador, el azul representa la excelencia académica, la calidad de la educación y la confiabilidad de los servicios que ofrece la institución.
- El **amarillo** es un color vibrante y energético que simboliza la alegría, la creatividad, la innovación y el optimismo. En CPO Ecuador, el amarillo representa un enfoque dinámico

y vanguardista de la institución, su compromiso con la mejora continua y su visión de futuro para la odontología.

- El **gris** es un color neutral que aporta equilibrio, estabilidad y sofisticación. En CPO Ecuador, el gris es la base para los colores más vibrantes, aportando armonía y evitando que la imagen sea demasiado llamativa o abrumadora.

Positivo Negativo

Blanco y Negro en Negativo



Blanco y Negro en Positivo



Usabilidad y Aplicaciones:

La combinación de azul, amarillo y gris es versátil y adaptable a diferentes aplicaciones.

Puede ser utilizada en:

- **Logotipo y material gráfico:** Los colores institucionales de la empresa son fundamentales para el reconocimiento de la marca. Son utilizados de manera consistente en el logotipo, papelería, material promocional y en cualquier otro elemento visual que represente a CPO Ecuador.
- **Diseño de interiores:** Los colores institucionales pueden ser utilizados en la decoración de las instalaciones de CPO Ecuador, creando un ambiente profesional, acogedor y estimulante para estudiantes, docentes y personal administrativo.
- **Comunicación digital:** Los colores institucionales son utilizados en la página web, redes sociales y otros canales de comunicación digital de CPO Ecuador. Esto ayudará a crear una identidad visual coherente y fortalecer el reconocimiento de la marca.



Tipografías Principales

Hemos elegido dos tipografías para nuestra identidad visual: Montserrat y Brightwall Personal Use. Esta combinación de tipografías transmite una imagen moderna, profesional y versátil, lo que se alinea perfectamente con los valores y la propuesta de valor de la institución.

- Información de la fuente

Montserrat es una tipografía sans-serif moderna y legible, diseñada por Juan Pablo Trapa en 2016. Se caracteriza por sus líneas limpias, su estructura geométrica y su aspecto neutral.

Uso Principal

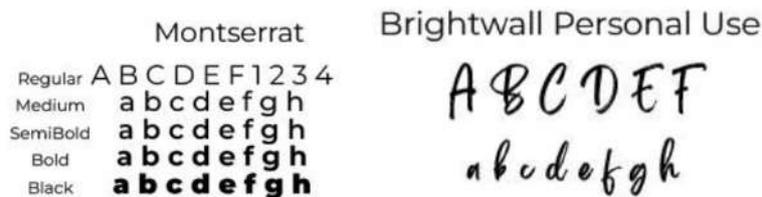
Esta tipografía es ideal para títulos, encabezados y bloques de texto, ya que ofrece una excelente legibilidad en diferentes tamaños y formatos.

- Información de la fuente

Brightwall Personal Use es una tipografía script elegante y creativa, diseñada por Måns Greger en 2019. Se caracteriza por sus trazos fluidos, sus formas curvilíneas y su aspecto sofisticado.

Uso Principal

Esta tipografía es ideal para elementos decorativos, logotipos y frases cortas, ya que aporta un toque de personalidad y distinción a la imagen de la marca.



2.3 HISTORIA DE LA MARCA

En breve revisaremos un poco de nuestra historia.

La idea de CPO Ecuador empieza en el año 2016 cuando el doctor David Reinoso va a realizar sus estudios en la ciudad de Bauru en el estado de São Paulo Brasil! El doctor se encontraba cursando la especialidad de endodoncia, al darse cuenta de la calidad de profesores que existían en el país de Brasil muchos de ellos con maestrías y PHD y pos PHD decide que esta sería una buena idea para realizar cursos de capacitación o diplomados con la finalidad de preparar a los colegas odontólogos antes de realizar una especialidad, fortificando así los conocimientos, después de analizar la situación decide hablar con el director de CPO Brasil el doctor Tiago Tinoco y surge la idea de realizar cursos y diplomados en el Ecuador. Luego de una gran conversación toman como primera sede a la ciudad de Riobamba ya que el doctor David Reinoso nació en esta ciudad!!!

El primer curso que se realizaría en Riobamba en el año del 2017 fue un Diplomado de Endodoncia, se decidió que el diplomado tenga una duración de seis meses con profesores extranjeros, muchos de ellos con PHD o maestrías en esta rama, este primer curso contó con una buena aceptación en la ciudad de Riobamba, después de esto, tomando en cuenta que él doctor David con su especialidad y como trabajador del Club de Leones la ciudad de Quito realizó sus próximos cursos y diplomados en la capital ecuatoriana, iniciamos con el Alquiler de hoteles para la realización de estos eventos, años más tarde se pudo contar con nuestras propias instalaciones y así equipando nuestro propio espacio donde ahora está CPOECUADOR desde el 2018.

Nuestro segundo curso se lo realizó en la ciudad de Quito, esta vez apostando por la ortodoncia con el doctor Roberto Grec teniendo una gran aceptación, hasta el día de hoy llevamos 14 diplomados finalizados con un promedio de 600 alumnos que tomaron nuestro curso de Ortodoncia.

Con el pasar de los años en el 2021, después de enfrentar la pandemia abrimos nuestro primer curso en la ciudad de Guayaquil pudiendo así llegar a las personas de nuestro Costa ecuatoriana, de momento tenemos varios cursos y diplomados en esta ciudad teniendo una gran aceptación el gremio odontológico.

2.4 QUIENES SOMOS

Somos un centro de perfeccionamiento odontológico enfocado en la formación de profesionales altamente calificados en diversas áreas de la odontología. Nuestro centro se compromete a brindar una educación innovadora y de calidad, basada en los últimos avances científicos y tecnológicos, y con un enfoque en el desarrollo de habilidades prácticas y competencias profesionales.

2.5 CORE BUSINESS

Nuestro Core Business se basa en la formación continua y especializada de odontólogos en diversas áreas de la odontología. El objetivo principal es elevar el nivel de la odontología ecuatoriana mediante nuestras capacitaciones hacia los profesionales que se encuentran comprometidos con la excelencia.

Nos dedicamos a la creación de programas actualizados y de alta calidad, que respondan a las necesidades del mercado odontológico actual y a las demandas de los profesionales. Los programas abarcan diversas áreas de la odontología, como ortodoncia, endodoncia, implantología, cirugía oral y maxilofacial, estética dental, ortopedia funcional de los maxilares, rehabilitación oral, entre otras.

Contamos con un equipo de docentes altamente capacitados y experimentados, docentes extranjeros y nacionales, quienes imparten clases y talleres teórico-prácticos en las diferentes áreas de especialización. Los docentes se encargan de transmitir sus conocimientos y habilidades a los estudiantes, utilizando metodologías de enseñanza innovadoras y efectivas.

CPO Ecuador organiza periódicamente eventos gratuitos como charlas de odontología con el fin de promover el intercambio de conocimientos y experiencias entre los profesionales del sector.

Formamos profesionales odontólogos con las habilidades y conocimientos necesarios para brindar una atención odontológica de excelencia a sus pacientes. Desde los inicios de nuestra empresa hasta la actual fecha hemos recibido a más de 1000 profesionales de la odontología que han confiado en nuestros servicios de calidad.

2.6 FILOSOFIA EMPRESARIAL: MISION, VISION, VALORES

La filosofía empresarial se refleja en todos los aspectos de la organización, desde la selección de docentes y la elaboración de programas de estudio hasta la atención al cliente y la gestión administrativa.

CPO Ecuador no solo busca formar odontólogos de excelencia, sino también profesionales íntegros y comprometidos con el bienestar de la comunidad.

Misión de CPO Ecuador:

Brindar a los odontólogos ecuatorianos una formación continua de alta calidad, basada en la actualización constante, la especialización y el desarrollo de habilidades profesionales, con el objetivo de contribuir al avance de la odontología en el país y a la mejora de la salud bucal de la población.

Visión de CPO Ecuador:

Ser el centro de referencia en formación continua para odontólogos en Ecuador, reconocido por su excelencia académica, su compromiso con la innovación y su contribución al desarrollo profesional de los odontólogos y al bienestar de la sociedad.

Valores que nos guían:

- **Excelencia:** Buscamos la más alta calidad en la educación que ofrecemos, tanto en el contenido teórico como en la formación práctica.
- **Innovación:** Estamos constantemente actualizando nuestros programas y metodologías de enseñanza, incorporando los últimos avances en el campo de la odontología.
- **Compromiso:** Nos comprometemos con nuestros estudiantes, brindándoles el apoyo y la orientación necesarios para alcanzar sus metas profesionales.
- **Responsabilidad social:** Promovemos la odontología al servicio de la comunidad, desarrollando programas de atención odontológica accesible y de calidad para las personas más necesitadas.
- **Ética:** Actuamos con ética e integridad en todas nuestras acciones, promoviendo valores como la honestidad, la transparencia y el respeto.

2.7 MAPA DE PERCEPCION; DEFINICION Y GRAFICA

El mapa de percepción nos ayuda a comprender cómo los estudiantes, los profesionales de la odontología, la comunidad y otros stakeholders perciben a la institución.



2.8 PROPUESTA DE VALOR DIGITAL

Llevamos a CpoEcuador y a la odontología a través de la innovación digital en esta nueva era.

En este mundo cada vez más digital, nuestra empresa se compromete a aprovechar el poder de la tecnología para mejorar la experiencia de sus estudiantes, docentes, egresados y pacientes.

Propuesta de valor digital basada en los siguientes pilares:

1. Innovación educativa:

- Implementar una plataforma de aprendizaje virtual moderna y fácil de usar, que permita a los estudiantes acceder a contenido académico, interactuar con sus docentes y compañeros, y realizar evaluaciones en línea.
- Desarrollar recursos educativos digitales de alta calidad, como videos, infografías y simulaciones, que complementen la formación presencial y enriquezcan la experiencia de aprendizaje.
- Utilización de tecnologías de realidad virtual y aumentada para crear experiencias de aprendizaje inmersivas y prácticas, como simulaciones de cirugías dentales o visitas virtuales a clínicas odontológicas.

2. Comunicación:

- La Presencia en las redes sociales es fundamental para mantener a los estudiantes, docentes, egresados y pacientes informados sobre las novedades de CPO Ecuador, eventos, oportunidades laborales y noticias del sector odontológico.
- Implementar estrategias de marketing digital para atraer nuevos estudiantes, promocionar los programas de diplomados y fortalecer la marca CPO Ecuador.
- Utilización del correo electrónico para comunicar a los estudiantes, docentes, egresados y pacientes, como recordatorios de clases, invitaciones a eventos y boletines informativos.
- Implementación de un chatbot en el sitio web de CPO Ecuador para brindar atención al cliente en línea, responder preguntas frecuentes y resolver dudas de los usuarios.

3. Investigación y colaboración:

- Creación de un repositorio digital para almacenar y difundir las investigaciones realizadas por los docentes e investigadores de CPO Ecuador.
- Implementar una plataforma de colaboración online para facilitar la comunicación y el intercambio de conocimientos entre investigadores, docentes y estudiantes.

4. Gestión administrativa:

- Implementar un sistema de gestión de información para optimizar los procesos administrativos de CPO Ecuador, como la gestión de matrículas, la emisión de certificados y la gestión financiera.
- Crear de un expediente electrónico para almacenar de manera segura y organizada la información de los estudiantes, docentes, egresados y pacientes.

- Automatización de procesos administrativos repetitivos para reducir el tiempo y los costos operativos.

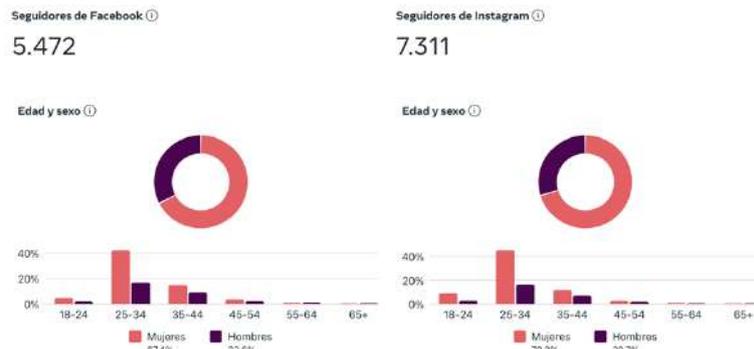
Al implementar esta propuesta de valor digital, CPO Ecuador se posicionará como una institución líder en innovación y transformación digital en el sector odontológico ecuatoriano.

2.9 SEGMENTACION Y MICROSEGMENTACION

Nos referimos como segmentación al proceso de dividir una población en grupos distintos con características similares. En nuestra empresa se utiliza la segmentación para identificar y enfocar a grupos específicos de clientes o consumidores.

Tipos de segmentación

- Demográfica: Se basa en características como la edad, el sexo, la ubicación, el ingreso y la educación. En Cpo Ecuador nos basamos en un rango de edad a a partir de 21 años de edad hasta los 45 años, la ubicación basicamente es en todo el país y como interes educativo segmentamos a odontólogos.



FUENTE: Elaboración Propia.



FUENTE: Elaboración Propia.



FUENTE: Elaboración Propia.

- **Psicográfica:** Se basa en factores como el estilo de vida, las actitudes, los valores y los intereses.
- **Conductual:** Se basa en el comportamiento de compra del consumidor, como los hábitos de compra, la lealtad a la marca y la frecuencia de uso.

Beneficios de la segmentación

- Al enfocarnos a grupos específicos de clientes, la empresa puede desarrollar campañas de marketing más relevantes y efectivas.
- Al comprender las necesidades y preferencias de nuestro segmento, la empresa ofrece productos y servicios que mejor satisfagan las necesidades.
- La segmentación efectiva ayuda a la empresa a lograr identificar y llegar a nuevos clientes potenciales, lo que puede conducir a un aumento de las ventas.

Microsegmentación

Realizamos una segmentación que divide a los clientes en grupos aún más pequeños y específicos.

Esto se puede hacer utilizando una variedad de datos, incluyendo datos de transacciones, datos de redes sociales y datos de comportamiento en línea.

Beneficios de la microsegmentación

- Al dividir a los clientes en grupos aún más pequeños, la empresa desarrolla campañas de marketing que sean aún más relevantes para las necesidades y preferencias individuales de los clientes.
- Las campañas de marketing realizadas son más específicas conduciendo a una mayor tasa de conversión, lo que significa que más clientes potenciales se convertirán en clientes reales.
- Al comprender las necesidades individuales de cada cliente, la empresa construye una relación más fuerte, lo que puede conducir a una mayor fidelización del cliente.

VARIABLES DE SEGMENTACIÓN	SEGMENTACION CPOECUADOR
VARIABLE GEOGRÁFICA	
País	Ecuador
Región	Sierra, Costa, Insular, Oriente
Zona	Urbana y rural
VARIABLE DEMOGRÁFICA	
Edad	18-38 años de edad
Género	Masculino y femenino
Nivel de educación	Educación superior
Ocupación	Estudiantes odontología, odontólogos generales
VARIABLE PSICOGRÁFICA	
Personalidad	Libre
Clase social NSE	(A, B, C1,C2,D)
Estilo de vida	Estudioso, investigador, trabajador
VARIABLE CONDUCTUAL	
Tipo de uso	Frecuente
Beneficios buscados	Calidad de la educación, diplomados
VARIABLE GRUPO DE CONSUMIDORES	
CENTENALLS Z	4 a 23 años NACIERON DESDE EL 2000 HASTA 2019 RANGO 20 AÑOS
MILENIALS Y	24-43 años NACIERON DESDE 1980 HASTA 1999 RANGO 20 AÑOS
VARIABLE DE EMOCIONES MOOD TARGETING	
PERSONALIDAD	
OPTIMISTA	
RELAJADO	
AVENTURERO	
ESTUDIOSO	
COMPETITIVO	
DEDICADO	
VARIABLES DE INTERESES (GUSTOS) Y COMPORTAMIENTOS (PREFERENCIAS)	
ODONTOLOGOS GENERALES	DIPLOMAS
DENTISTAS	ESTUDIANTES
ORTODONCIA	
ENDODONCIA	
ESTETICA DENTAL	
ORTOPEDIA	
MUELAS	

• CAPITULO III

Proceso Estratégico Organizacional

Para que el desarrollo de nuestro proceso estratégico organizacional sea efectivo, es necesario realizar un análisis exhaustivo del entorno, la competencia, las fortalezas y debilidades de la empresa, y las oportunidades y amenazas que presenta el mercado.

3.1 Analisis del Entorno /PESTEL

Político:

Ecuador ha tenido un historial de inestabilidad política, con cambios frecuentes de gobierno y protestas sociales. Esto puede generar incertidumbre para la empresa afectando la inversión extranjera.

Nuestro gobierno ha implementado políticas que pueden afectar a la industria de la educación, como la Ley Orgánica de Educación Superior y la Ley de Innovación y Emprendimiento.

La industria odontológica en Ecuador esta regulada por el Ministerio de Salud Pública. Nuestra empresa al ofrecer cursos odontológicos debe cumplir con los requisitos establecidos por el Ministerio.

Económico:

La economía ecuatoriana ha crecido en los últimos años, pero sigue siendo relativamente pobre, esto puede limitar la demanda de nuestros cursos odontológicos, especialmente en estudiantes de bajos ingresos.

El ingreso en los hogares ecuatorianos ha aumentado en los últimos años, lo que podría acceder a una mayor demanda de cursos odontológicos.

El desempleo en el Ecuador es relativamente alto, por lo que detiene a varias personas en invertir en nuestros cursos y mejorar sus conocimientos.

Social:

La población ecuatoriana envejece, esto demanda mayor cantidad de servicios odontológicos.

La conciencia sobre la salud dental aumenta en Ecuador, lo que lleva a una mayor demanda de cursos odontológicos para aumentar los conocimientos de los profesionales de esta rama.

Factores determinantes en los estilos de vida, como el aumento del consumo de azúcar, aumentando las enfermedades dentales, por lo tanto demanda una mayor cantidad de servicios odontológicos y cursos odontológicos para mejorar las capacidades del profesional.

Tecnológico:

Los avances tecnológicos dentro de la odontología crea nuevas oportunidades para la educación odontológica. La simulación y la realidad virtual se utiliza cada vez más para entrenar a los estudiantes de odontología, siendo herramientas nuevas y atractivas para los usuarios.

El internet mejora cada vez más por lo que nos permite ofrecer mayor cantidad de cursos en línea.

Las redes sociales son fundamentales en esta nueva era tecnológica y cada vez más son utilizadas para promocionar cursos odontológicos.

Ecológico:

Las preocupaciones ambientales crecen en Ecuador, teniendo una mayor demanda de cursos que se centran en la odontología sostenible.

Nuestro gobierno ha implementado varias regulaciones ambientales que afectan a la empresa al ofertar cursos odontológicos. La empresa necesita el uso de material sostenible o deshacerse de los desechos de manera responsable.

Legal:

Las leyes de propiedad intelectual en Ecuador afecta de forma en que la empresa desarrolle los cursos odontológicos.

Las leyes de protección al consumidor en Ecuador afecta de forma en que la empresa promocionan y venden cursos odontológicos.

3.2 Análisis de la competencia/ 5 FUERZAS DE PORTER

Para comprender mejor el panorama competitivo de la empresa y desarrollar estrategias efectivas, es fundamental realizar un análisis de la competencia utilizando el marco de las 5 Fuerzas de Porter.

1. Poder de negociación de los proveedores:

Evaluar las capacidades de nuestros proveedores es importante para influir en los precios y condiciones de los insumos que CPOEcuador necesita para sus cursos. Factores como la concentración de proveedores, la disponibilidad de alternativas y el costo de cambio de proveedor influyen en esta fuerza.

Instituciones educativas, laboratorios, editoriales de libros odontológicos, proveedores de materiales dentales.

Analizar la concentración de estos proveedores y su poder de negociación.

Buscar alternativas de proveedores para reducir la dependencia y mejorar las condiciones.

PODER DE NEGOCIACION DE LOS COMPRADORES						
COMPRADORES	FACTORES DETERMINANTES DEL PODER DEL COMPRADOR					
	COMPRADOR DOMINANTE	COMPRADOR EXIGENTE EN RENTABILIDAD	IMPACTO DE CALIDAD Y SERVICIO	IDENTIDAD DE MARCA		
Estudiantes	3	3	5	5		
Odontólogos	5	5	5	5		
Medicos	3	3	5	5		
SUMA	11	11	15	15		
PROMEDIO	4	4	5	5		
NIVEL IMPACTO	FUERTE	FUERTE	MUY FUERTE	MUY FUERTE		
OPORTUNIDAD	X					
AMENAZA			X			

2. Poder de negociación de los clientes:

Evaluar las capacidades de nuestros clientes para negociar precios, condiciones y exigir más valor por su dinero. Factores importantes como la sensibilidad al precio, la concentración de clientes y la disponibilidad de productos sustitutos influyen en esta fuerza.

Cientes como: Odontólogos, estudiantes de odontología, instituciones de salud, clínicas dentales.

Analizar la sensibilidad al precio de los clientes y su poder de negociación.

Ofertar los cursos diferenciados y de alto valor para fidelizar clientes y reducir su poder de negociación.

F2: PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES			
PROVEEDORES	FACTORES DETERMINANTES DEL PODER DE LOS PROVEEDORES		
	IMPORTANCIA CPOECUADOR	CALIDAD DE PRODUCTO	POSIBLES SUBIDAS DE PRECIOS
Nutramedix	4	4	3
Daathdatapro	5	5	2
Sensodine	4	4	3
Biodontics	4	4	4
Fgm Latam	4	5	4
Ortholike Material Dental	4	4	5
Orthometric Ecuador	5	5	5
SUMA	30	31	26
PROMEDIO	4	4	4
NIVEL IMPACTO	FUERTE	FUERTE	FUERTE
OPORTUNIDAD		X	
AMENAZA			X

3. Amenaza de nuevos competidores:

Evaluar la facilidad donde nuevas empresas pueden entrar al mercado y competir con CPOEcuador. Formar barreras de entrada como altas inversiones iniciales, acceso a tecnología y conocimiento especializado, y la lealtad de marca existente influyen en esta fuerza.

Las barreras de entrada para ofrecer cursos de odontología podrían ser moderadas.

Analizar las condiciones del mercado, las inversiones requeridas y las estrategias de las empresas existentes.

Diferenciar la calidad, la especialización y la innovación y así dificultar la entrada de nuevos competidores.

F3: AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS					
POSIBLES SUSTITUTOS	FACTORES DETERMINANTES DE LA AMENAZA DE SUSTITUTOS				
	CALIDAD	VOLUNTAD DEL USUARIO DE SUSTITUIR	PRECIO	DESEMPEÑO	
Implementación de Nuevos Cursos Odontológicos	5	4	4	5	
SUMA	5	4	4	5	
PROMEDIO	5	4	4	5	
NIVEL IMPACTO	MUY FUERTE	FUERTE	FUERTE	MUY FUERTE	
OPORTUNIDAD	X				
AMENAZA		X			

4. Amenaza de productos o servicios sustitutos:

Evaluar la existencia de productos alternativos para satisfacer las necesidades de los clientes de CPOEcuador con un mejor valor. Factores diferenciales como la disponibilidad de sustitutos, el costo de cambio y el rendimiento relativo influyen en esta fuerza.

Cursos en línea de odontología, libros y materiales de autoaprendizaje, talleres y conferencias especializadas.

Analizar la existencia y el atractivo de estos sustitutos.

Enfocarse en ofrecer cursos de alta calidad dando un valor diferencial que superan las alternativas existentes.

F4: AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES						
POSIBLES COMPETIDORES	FACTORES DETERMINANTES DE LA PRESENCIA DE NUEVOS ENTRANTES					
	PRECIO	CALIDAD	INVERSION	CANALES DISTRIBUCION	ACCESO TECNOLÓGICO	LEALTAD DE MARCA
Cursos Odontológicos Cuenca	5	4	4	5	4	3
Cursos Odontológicos Quito	4	4	4	5	4	4
Cursos Odontológicos Manta	4	4	4	4	4	3
SUMA	13	12	12	14	12	10
PROMEDIO	4	4	4	5	4	3
NIVEL IMPACTO	FUERTE	FUERTE	FUERTE	MUY FUERTE	FUERTE	MEDIO
OPORTUNIDAD		X				
AMENAZA				X		

5. Rivalidad entre competidores existentes:

Evaluar intensamente a la competencia entre las empresas que ya están en el mercado. Variables como la concentración de empresas, la diferenciación de productos, la diversificación y los costos fijos influyen en esta fuerza.

La rivalidad entre empresas que ofrecen cursos de odontología en Ecuador podría ser moderada.

Analizar adecuadamente la cantidad de competidores, sus estrategias y la diferenciación de sus ofertas.

El desarrollo de una estrategia competitiva clara que destaque las fortalezas de CPOEcuador y la posición como líder en el mercado.

		Análisis de la Cadena De Valor				
Categoría	Área	Sub Área	Fortalezas		Debilidades	
			Aplica	Por Que	Aplica	Por Que
Actividades de Apoyo	Dirección	Gerencia General			x	No existe una cultura organizacional definida
		Planificación	x	Tiene clara a donde va la empresa		
		Desarrollo Corporativo	x	Motiva al personal a dar el máximo		
		Limitaciones	x	No se conoce la imagen corporativa		
	Finanzas	Cap	x	Existe liquidez, las mayores ventas son de contado.		
		Tarjetas	x	Existe una buena política de crédito de dinero.		
		Contabilidad			x	Se tiene un sistema contable estable y bien definido.
		Cobros y Pagos			x	NO existe proceso definido de cobros y pagos
	RRHH	Selección			x	No se tiene un proceso definido para el reclutamiento.
		Promoción			x	No se tiene definido una ruta de desarrollo para el colaborador
		Plan de Carrera			x	No se tiene definido el plan de carrera dentro de forma comercial
		Incentivos	x	El plan de incentivos no tiene los formatos de seguimiento y control	x	
	Tecnología	Sistemas de Gestión del Conocimiento			x	No existe. La cultura organizacional no está definida
		Líneas de Producción	x	Se cuenta hoy con tecnologías de punta para el proceso productivo	x	
		Claridad	x			No se tiene definido un diseño estructural de las líneas de producción
		Inversión en Máquinas y Equipos	x	El mantenimiento de última tecnología	x	Es muy limitado las inversiones en tecnología
	Compras	Redes Informáticas			x	Es muy limitado las acciones de red y tecnología
		Selección de Proveedores	x	El proceso está definido y se cumple a cabalidad		
		Sistemas de Compra	x	Somos muy exigentes con los proveedores	x	Dependencia de proveedores
		Nuevos cursos y diplomados	x	Estamos innovando con nuevos cursos y diplomados	x	
Actividades Primarias	Innovación	Nuevos cursos y diplomados	x	Estamos innovando con nuevos cursos y diplomados	x	
		Nuevos productos			x	Les parece más algunos de documentar y quedar solo en la persona
	Producción	Implementación de Sistemas de Calidad	x	Control de calidad adecuado		
		Implementación de Sistemas de Costos			x	No se han logrado optimizar los costos
	Logística	Implementación de Sistemas de Seguridad Laboral y Ambiental		Cumplimiento estricto	x	
		Implementación de Sistemas de Calidad	x		x	No existe un control de calidad de entrega específicas
	Mercadeo	Implementación de Sistemas de Costos	x	existe un proceso bien definido	x	Carencia de sistemas de seguridad ambiental
		Implementación de Sistemas de Seguridad Laboral y Ambiental			x	
		Lanzamiento de Nuevas Líneas de Productos	x	Se innova constantemente con nuevos productos para el consumidor	x	
		Desarrollo de Canales de Distribución	x	Llegamos mediante nos diferentes canales de distribución	x	
Servicio Posventa	Implementación de Sistemas de Gestión de Clientes	x			Página web	
	Implementación de Sistemas de Atención al Cliente	x	Fuente presencia en las redes sociales	x		

3.5 Analisis Interno de la Empresa/ CADENA DE VALOR

Infraestructura:

Contamos con una infraestructura adecuada para llevar a cabo todas las actividades, aulas equipadas con material didáctico y tecnológico de última generación, laboratorios de práctica y espacios administrativos.

La empresa ha realizado inversiones en la mejora de su infraestructura en los últimos años, lo que ha permitido aumentar su capacidad operativa y mejorar la calidad de sus servicios.

Sin embargo, aún enfrentamos algunos desafíos de la infraestructura, la falta de espacio para el crecimiento futuro y la necesidad de realizar algunas remodelaciones.

Finanzas:

Contamos un personal encargado de la parte financiera, que se encarga de realizar cobros, pagos y revisión de pagos.

Este pilar es fundamental para el futuro éxito y sostenibilidad de la empresa. El personal se encarga de la gestión de los recursos económicos de la organización, asegurando su correcto funcionamiento y crecimiento a largo plazo.

Recursos humanos:

Contamos con un equipo de profesionales altamente calificados y experimentados, tanto en el ámbito odontológico como en el educativo.

La empresa implemento políticas de gestión de talento humano que han permitido atraer, retener y desarrollar a sus colaboradores.

La empresa enfrenta varios desafíos en cuanto a sus recursos humanos, como la alta rotación de personal y la necesidad de ofrecer mejores planes de compensación y beneficios.

Tecnología:

Utilizamos tecnología de punta para gestionar las operaciones, la comunicación con los clientes y la impartición de sus cursos.

Se han realizado inversiones en la implementación de nuevas tecnologías con el paso de los años, permitiendo mejorar la eficiencia y productividad.

Enfrentamos ciertos desafíos en cuanto a la tecnología, como la necesidad de actualizar algunos sistemas y la falta de capacitación al personal en el uso de nuevas tecnologías.

Compras:

Hemos adquirido materiales y suministros suficientes para llevar a cabo las actividades a través de una red de proveedores confiables.

Parte de la implementación política de compras es que nos permite obtener buenos precios y condiciones de pago.

La empresa enfrenta desafíos mínimos en cuanto a al aprovisionamiento, como la dependencia de algunos proveedores clave y la necesidad de diversificar su base de proveedores.

Actividades primarias:

Recibimos solicitudes de inscripción a los cursos a través de un correo electrónico, mensajería instantánea y redes sociales.

La empresa procesa las solicitudes de inscripción y asigna a los estudiantes a los cursos correspondientes.

La entrega de material didáctico a los estudiantes en formato físico o digital.

Operaciones:

Se imparte cursos en las instalaciones.

Utilizamos una variedad de métodos de enseñanza, incluyendo clases presenciales, clases en línea y talleres prácticos.

Evalúamos el aprendizaje de los estudiantes a través de exámenes, trabajos prácticos y proyectos.

Logística externa:

La entrega de certificados de curso a los estudiantes una vez que han completado satisfactoriamente el programa, los cuales son enviados desde la sede de UNICPOBrasil.

Se ofrece servicios de seguimiento a sus egresados que se encuentran interesados en continuar con el posgrado en a ciudad de Brasil.

Marketing y ventas:

Se promociona los cursos a través de redes sociales, campañas de marketing directo, campañas de segmentación y participación en eventos del sector.

Contamos con un equipo de ventas dedicado a la atención al cliente y la venta de cursos.

Se ofrece una variedad de opciones de pago para sus cursos, incluyendo pagos en efectivo, transferencias, tarjetas de crédito y débito y financiamiento.

Servicio al cliente:

Ofrecemos a los estudiantes una variedad de servicios de atención al cliente, como mensajería instantánea, correo electrónico y llamadas personalizadas.

También se ofrece a los estudiantes acceso a una plataforma en línea donde pueden consultar información sobre sus cursos, descargar materiales didácticos.

3.6 Identificación de Fortalezas

- Experiencia en la industria de la odontología.
- Reputación de calidad y excelencia.
- Equipo de profesionales altamente capacitados.
- Fuerte presencia en redes sociales.

3.7 Identificación de Debilidades

- Falta de diversificación en la oferta de cursos y diplomados.
- Dependencia excesiva de un número de clientes.
- Limitada presencia en el mercado internacional.
- Falta de un sistema de gestión de la calidad sólido.

3.8 Matriz FODA INICIAL

Fortalezas	Debilidades	Oportunidades	Amenazas
Experiencia en la industria de la odontología	Falta de diversificación en la oferta de cursos y diplomados	Creciente demanda de educación continua en odontología	Competencia intensa
Reputación de calidad y excelencia	Dependencia excesiva de un número de clientes	Aumento del ingreso disponible de la población	Cambios en las políticas gubernamentales
Equipo de profesionales altamente capacitados	Limitada presencia en el mercado internacional	Envejecimiento de la población y mayor necesidad de atención dental	Crisis económicas
Fuerte presencia en redes sociales	Falta de un sistema de gestión de la calidad sólido	Avances tecnológicos en odontología	Desastres naturales

• CAPITULO IV: PROCESO ESTRATEGICO COMERCIAL

4.1 MARKETING MIX 4Ps

“Una estrategia para el éxito en la formación odontológica”

Aprovechamos el Marketing Mix 4Ps al desarrollar estrategias integrales que nos permiten alcanzar nuestros objetivos de negocio y consolidarnos como referente en el sector.

Producto:

- Nos enfocamos en ofrecer una completa gama de cursos odontológicos que abarcan las diferentes áreas, manteniendo siempre la calidad y actualización de los contenidos.
- Ofertamos cursos que se adaptan a las necesidades y disponibilidad de tiempo de los estudiantes, incluyendo modalidades presenciales y virtuales.
- Ofrecemos una experiencia de aprendizaje enriquecedora que combinan la teoría, práctica y experiencias clínicas, basadas en metodologías innovadoras y recursos tecnológicos de última generación.
- Ofertamos la certificación de los cursos y diplomados con reconocimiento internacional como lo es la Universidad de Brasil UNICPO que avalan la formación recibida de los estudiantes.

Precio:

- Establecemos precios competitivos para los cursos, considerando el valor que oferta la competencia y el poder adquisitivo del público objetivo.

- Ofrecemos paquetes promocionales para estudiantes de odontología y descuentos para exalumnos de CpoEcuador y atraemos nuevos estudiantes ofertando descuentos a los primeros cupos.
- Implementamos sorteos de medias becas y ayuda financiera para apoyar a estudiantes con dificultades económicas, ampliando así el acceso a la formación odontológica de calidad.
- La empresa ofrece financiamiento flexible, como planes de pago a cuotas, para facilitar el acceso a los cursos a un mayor número de personas.

Plaza:

- Diversificar nuestros canales de distribución para llegar a un público más amplio, incluyendo su página web, redes sociales, educación en línea, ferias odontológicas y alianzas estratégicas con instituciones educativas y clínicas dentales.
- Establecer un enlace estratégico para facilitar el acceso de los estudiantes a conocer de CpoEcuador y las instalaciones brindando una atención personalizada.
- Se implementó estrategias de marketing digital efectivas que incluyen campañas en redes sociales, publicidad en línea, marketing de contenidos y optimización de motores de búsqueda, aumentando la visibilidad y así atraer clientes potenciales.
- Participamos en eventos odontológicos, congresos y ferias del sector para dar a conocer la oferta educativa, aportamos en dichos eventos colaborando con varios exponentes como parte de auspicio de la empresa.

Promoción:

- Comunicamos con claridad y de manera efectiva los beneficios de sus cursos, utilizando un lenguaje sencillo, atractivo y dirigido al público objetivo.
- Nuestra marca profesional transmite confianza, credibilidad y experiencia en la formación odontológica.
- El testimonio de varios estudiantes satisfechos generan mayor confianza y credibilidad en nuestra formación educativa.
- La empresa se encuentra en proceso de incrementar el marketing de influencers en el sector odontológico para promocionar sus cursos y llegar a un público más amplio.
- Otro de los procesos es el marketing de referidos que incentivan a futuros estudiantes y profesionales a ser parte de nuestro centro.

4.2 MARCA/PRODUCTO

4.2.1 ESTUDIO DE MARCA

Hemos realizado un estudio de marca para comprender mejor la percepción de los profesionales de la odontología en el país. El estudio se basó en una encuesta en línea y entrevistas personalizadas en los cursos con odontólogos de diferentes regiones y especialidades.

Nuestro Arquetipo de Marca se basa en un 100% en el **SABIO**, por los siguientes motivos: experiencia, enseñanza, confianza en el público objetivo, creando una conexión emocional con la marca.

4.2.2 RECONOCIMIENTO DE LA MARCA

Para que nuestra empresa sea reconocida en el mercado, importante crear una buena imagen y posicionamiento, por lo tanto se toma en cuenta realizar las siguientes actividades:

- Ser Auspiciantes de varios eventos en el sector.
 - Crear campañas en redes sociales.
 - Generar Contenido Atractivo.
 - Marketing de Afiliados.
 - Marketing de Referidos.
 - Interactuar con el público.
 - Ofrecer cursos de calidad.
 - Participar en Congresos.
 - Marketing de Influencers.
 - Relacionarse con los clientes.
 - Conocer las necesidades del cliente.
 - Posicionar en canales digitales.
 - Marketing tradicional con flayers.
 - Posicionar en Google Ads.
 - Promoover becas.
 - Cursos y Talleres.
 - Conferencias Gratuitas.
-
- Por su reconocido logo y slogan:



4.2.3 PERSONALIDAD DE LA MARCA

Nos presentamos como un **centro de perfeccionamiento odontológico** con una personalidad de marca definida por los siguientes atributos:

Profesionalismo:

- Experiencia.
- Conocimiento.
- Seriedad.

Innovación:

- Vanguardia.
- Creatividad.
- Visión de futuro.

Compromiso:

- Calidad.
- Responsabilidad.
- Servicio.

Pasión:

- Entusiasmo.
- Motivación.
- Inspiración.

Estos atributos conforman una personalidad de marca sólida y atractiva que posiciona a CPOEcuador como un centro de perfeccionamiento odontológico de referencia en Ecuador.

A continuación revisamos una tabla de percepción de personalidad de marca de los diferentes docentes de CPOECUADOR.

PERCEPCION DE PERSONALIDAD DE MARCA

CPOEC	Roberto	David	Fabio	Luis	Geraldo	Karina	Claudia	Resumen
Genero	M	M	M	M	M	M	M	M
Edad	30	27	30	29	27	25	32	28
Ingresos	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
Ocupación	Capacitación	Docencia	Enseñanza	Aprendizaje	Estudio	Capacitación	Capacitación	Capacitación
Gustos	Estudiar	Aprender	Aprender	Enseñar	Preparar	Enseñar	Enseñar	Enseñar

4.2.4 CATEGORIA DE PRODUCTOS

En Ecuador nuestro centro CPOECUADOR dispone las siguientes categorías de producto.

- DIPLOMADOS

A Futuro tomaremos en cuenta la preparación de nuevos Diplomados.

4.2.5 MEZCLA DE PRODUCTOS

DIPLOMADOS
Ortodoncia Básica
Estética Dental
Ortopedia Funcional

4.2.6 MATRIZ DE ANSOFF



FUENTE: Elaboración Propia.

4.2.7 MATRIZ DE CICLO DE VIDA

	INTRODUCCIÓN	CRECIMIENTO	MADUREZ	DECLIVE
O B J E T I V O S		Retener clientes actuales, obtener certificaciones de calidad, aumentar la rentabilidad de la empresa.		
		Ofrecer paquetes de cursos personalizados para empresas. Implementar un sistema de gestión de la calidad para garantizar la satisfacción del cliente. Ofertar capacitaciones gratuitas con el fin de mantener actualizados a nuestros clientes.		
E S T R A T E G I A S		Conservar los clientes actuales		
		Fortaleza: mantener una comunicación constante con los clientes, publicar videos y artículos para mantenerlos informados y lograr fidelizarios, interactuar con los clientes para conocer sus necesidades.		
		Aumentar la base de clientes		
		Ataque de franqueador: identificar los clientes objetivos, desarrollar los perfiles de clientes, crear mensajes personalizados, utilizar los canales de marketing adecuados, monitorear los resultados.		

INTRODUCCION	CRECIMIENTO	MADUREZ	DECLINACION
	/		

Publicidad, rentabilidad
Fidelizar, marketing,
Comunicación, calidad.

ESTRATEGIAS DE MARCA

1. Extensión de línea:

- Ampliar la oferta de diplomados odontológicos introduciendo nuevos programas enfocados en áreas específicas de la odontología.
- Ofrecer cursos especializados que profundicen en temas específicos de interés para los estudiantes

2. Extensión de marca:

- Desarrollar productos complementarios para los diplomados, como libros, guías de estudio o software educativo.
- Organizar eventos y talleres relacionados con la odontología, como conferencias, seminarios o workshops.

3. Multimarcas:

- Crear marcas independientes para cada uno de sus diplomados odontológicos. Esto permitirá diferenciar cada programa y posicionarlo en el mercado de manera más efectiva.
- Crear marcas para productos complementarios pueden ser distintas a las de los diplomados, pero deben mantener una coherencia visual y conceptual con la marca principal.

4. Marcas nuevas:

- Crear una nueva marca para ofrecer servicios de educación continua a odontólogos en ejercicio.
- Ofrecer servicios de consultoría a clínicas dentales o instituciones educativas. Esta marca puede tener un enfoque más estratégico y empresarial.



FUENTE: Elaboración Propia.

ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

Publico Objetivo: Estudiantes de odontología, odontólogos profesionales.

Posicionamiento por beneficios de consumo:

- Enfatizar los beneficios tangibles e intangibles de los diplomados, como:
 - Mejorar las habilidades y conocimientos clínicos.
 - Aumentar las oportunidades laborales y de ingresos.
 - Mayor confianza y satisfacción profesional.

Posicionamiento por modo de consumo:

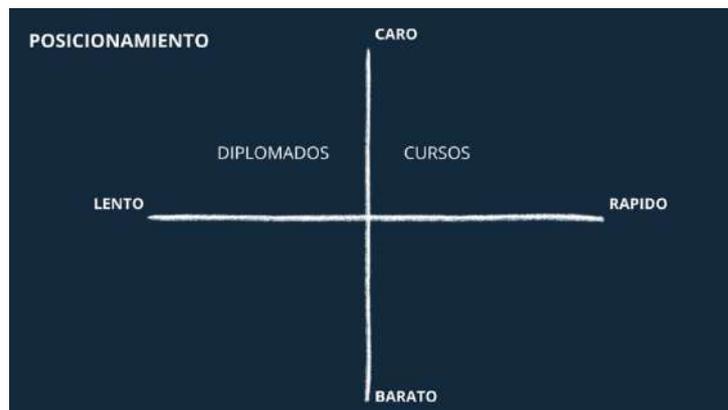
- Destacar la flexibilidad y comodidad de los diplomados de CPOEcuador de manera presencial.
- Ofrecer opciones de pago flexibles y asequibles para que los profesionales de la odontología puedan acceder a los diplomados de CPOEcuador.

Posicionamiento por momento de consumo:

- Promocionar los diplomados como una inversión valiosa en el desarrollo profesional de los profesionales de la odontología.
- Enfatizar que los diplomados son una forma efectiva de mantenerse actualizado con las últimas tendencias y tecnologías en odontología.
- Dirigirse a los profesionales en diferentes etapas de su carrera para ofrecerles los diplomados más adecuados para sus necesidades.

Posicionamiento por nivel de precios:

- Ofrecer diplomados de odontología de alta calidad a precios competitivos.
- Destacar la relación calidad-precio de los diplomados de CPOEcuador.
- Ofrecer descuentos y promociones especiales para atraer a nuevos clientes.



FUENTE: Elaboración Propia.

4.2.8 MATRIZ BCG



FUENTE: Elaboración Propia.

Nuestros cursos y diplomados en la actualidad se encuentran en Estrella porque el mercado se encuentra en continuo crecimiento, esto debido a la cantidad de odontólogos graduados cada año crece aproximadamente alrededor del 1% y 4% anual, cerca de 400 odontólogos graduados, nuestro centro abarca cerca de un 15 % en el mercado, tanto graduados como profesionales.

Según el MSP, en el año 2019 egresaron 450 odontólogos de las universidades ecuatorianas. Esta cifra representa aproximadamente el 1.5% de la población total de odontólogos en el país.

En el año 2022, se estima que alrededor de 400 odontólogos se graduaron en Ecuador.

Determinar el porcentaje anual exacto del crecimiento de cursos y diplomados de capacitaciones odontológicas en Ecuador es un desafío debido a la falta de datos oficiales centralizados y la variabilidad en la información reportada por diferentes instituciones educativas y organizaciones del sector odontológico.

La FEO estima un crecimiento anual de entre el 10% y el 15% en este sector de capacitaciones odontológicas en el país.

Por ejemplo, la Universidad Central del Ecuador indicó un aumento anual de alrededor del 8% en la inscripción de estudiantes en sus cursos de odontología continua.

4.3 PRECIO

4.3.1 CALCULO DEL MARGEN DEL PORTAFOLIO DEL EMPRENDIMIENTO POR CATEGORIA

	COSTO UNITARIO	MARGEN	PRECIO DE VENTA
Ortodoncia	\$182,5	53,22%	\$390,12
Estética	\$182,5	53,22%	\$390,12
Ortopedia dental	\$182,5	53,22%	\$390,12

4.3.2 ESTRATEGIA DE FIJACION DE PRECIOS POR CADA PRODUCTO O SERVICIO

En la empresa podemos utilizar una variedad de estrategias de fijación de precios para sus cursos y diplomados. Entre las cuales encontramos:

Precios basados en costos: mediante esta estrategia se establece el precio del curso o diplomado en función del costo total de impartirlo.

Precios basados en el valor: Con esta estrategia podemos establecer el precio del curso o diplomado en función del valor que los estudiantes potenciales perciben.

Precios basados en la competencia: Esta estrategia permite establecer el precio del curso o diplomado en función de los precios de cursos y diplomados similares que ofrecen otras instituciones.

Los precios deben cubrir los costos de la empresa para poder generar beneficios pero a su vez ser accesibles para nuestro público objetivo.

4.3.3 PUNTO DE EQUILIBRIO DE CADA PRODUCTO O SERVICIO

CPOECUADOR DIPLOMADO ORTODONCIA PROMEDIO PARA 20 PERSONAS		
COSTOS	VALOR	TOTAL
ARRIENDO	300	300
DIPLOMAS	1	20
SERVICIOS BASICOS	30	30
PUBLICIDAD META ADS	50	200
CAPACITADOR COBRA FIN DE SEMANA	1000	1000
4 REGRIFERIOS POR 2 DIAS	80	320
2 AYUDANTES PARA EL FIN DE SEMANA	120	240
1 COORDINADOR GENERAL	200	200
TRANSPORTE INTERNO DIARIO	30	60
HOTELES Y ALIMENTOS	140	280
EXTRAS POR DIA	50	100
VUELO AEREO CAPACITADOR	900	900
TOTAL COSTOS		3650
TOTAL COSTO POR ALUMNO		182,5

DESCRIPTION		COSTO UNITARIO	MARGEN	PRECIO
CURSOS		\$ 182,5000	53%	\$390,12
DIPLOMADO ORTODONCIA				
COSTO			MARGEN	PRECIO NETO
DESCUENTO				DESCUENTO
PRECIO CON IVA				PRECIO CON IVA
PONDERACION		182,5000	53,21%	390,0000
				0,0000
				0,00%
				390
VENTAS=	20	7802 DOLARES	\$17,58	VENTAS
COSTOS	3650		3650	
PRECIO PONDERADO	\$390,12		\$0,53	MARGEN
COSTO UNITARIO VARIABLE	182,5		\$3.208,32	COSTO VARIABLE TOTAL UNITARIO
UTILIDAD X CURSO	\$207,62		\$6.858,32	
UTILIDAD TOTAL		4152 DOLARES	6858,32	COMPROBACION

4.3.4 CATALOGO DE PRODUCTOS: CARACTERISTICAS, BENEFICIOS Y PRECIOS

CPO ECUADOR

CENTRO DE PERFECCIONAMIENTO ODONTOLÓGICO

0961830400
CPO-Ecuador
cpoecuador
cpoecuador

Cursos, diplomados y congresos de alta calidad.

Ecuador - Quito y Guayaquil
UniCPO Brasil / CPO Ecuador

CPO ECUADOR

DIPLOMADO ORTODONCIA BÁSICA

PROFESOR
PhP. Roberto Grec

390usd
(POR MODULO)

0961830400 cpoecuador CPO-Ecuador cpoecuador

CPO ECUADOR

DIPLOMADO ORTOPEDIA MAXILAR

PROFESOR
Msc. Geraldo Ribeiro

390usd
(POR MODULO)

0961830400 cpoecuador CPO-Ecuador cpoecuador

CPO ECUADOR

DIPLOMADO ESTETICA DENTAL

PROFESORES
PhD Fabio Sene

390usd
(POR MODULO)

0961830400 cpoecuador CPO-Ecuador cpoecuador

DIPLOMADO ORTOPEDIA MAXILAR



PROFESOR
Msc. Geraldo Ribeiro

DURACION 6 MESES UN FIN DE SEMANA POR MES

Este diplomado lleva como nombre ortopedia funcional de los maxilares y es dictado por nuestro profesor Brasileiro el doctor Geraldo Ribeiro master y especialista en ortopedia maxilar.

El diplomado va dirigido para odontólogos de todo el país. Tiene un costo diferido en seis mes por el valor de \$390 por mes.

Además de un único valor de inscripción de \$100

0961830400 cpoecuador
CPO-Ecuador cpoecuador



DIPLOMADO ORTODONCIA BÁSICA

Nuestro diplomado de ortodoncia básica consta de 6 módulos. Las clases estarán a cargo de nuestro profesor Master Roberto Grec brasileiro junto a su equipo de profesionales de la ortodoncia. El diplomado va dirigido para odontólogos de todo el país. Tiene un costo diferido en seis mes por el valor de \$390 por mes. Además de un único valor de inscripción de \$100

PROFESOR
PhD. Roberto Grec.
EQUIPO DE PROFESORES
DRA. LUDMILA LIMA
DR. FABRICIO VALARELLI
DR. DANILLO VALARELLI

0961830400 cpoecuador
CPO-Ecuador cpoecuador

DIPLOMADOS CURSOS CONGRESOS



0961830400 cpoecuador CPO-Ecuador cpoecuador

4.3.5 BUDGET DE UNIDADES

CPOECUADOR														
Presupuesto por SKU UNIDADES														
Responsable: Fabricio López														
BUDGET UNIDADES														
Item	Descripción	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
1	ORTODONCIA (390)	22	22	22	22	22	22	22	24	24	24	24	24	24
2	ESTETICA DENTAL (390)	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
3	ORTOPEDIA FUNCIONAL (390)	16	16	16	16	16	16	16	18	18	18	18	18	18
														0
														0
														720
														0
														720
TOTAL		58	58	58	58	58	58	62	62	62	62	62	62	720

4.3.6 BUDGET EN DOLARES

CPOECUADOR														
Presupuesto por SKU DÓLARES														
Responsable: Fabricio López														
BUDGET DOLARES														
Item	Descripción	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
1	ORTODONCIA (390)	8.580	8.580	8.580	8.580	8.580	8.580	8.580	9.360	9.360	9.360	9.360	9.360	9.360
2	ESTETICA DENTAL (390)	7.800	7.800	7.800	7.800	7.800	7.800	7.800	7.800	7.800	7.800	7.800	7.800	7.800
3	ORTOPEDIA FUNCIONAL (390)	6.240	6.240	6.240	6.240	6.240	6.240	6.240	7.020	7.020	7.020	7.020	7.020	7.020
														0
														0
														280800
														0
														280.800,00
TOTAL		\$ 22.620,00	\$ 24.180,00	\$ 280.800,00										

4.4. PLAZA O CANALES DE COMERCIALIZACION

4.4.1 ESTRUCTURA DEL CANAL TOTAL

Como centro de perfeccionamiento odontológico encaminado a ser líder en Ecuador, desarrollamos una estructura de canal total integral para llegar a su público objetivo de manera efectiva y maximizar el impacto de sus cursos y diplomados de odontología.

La estrategia combina diversos canales de comunicación y distribución para alcanzar a los profesionales de la odontología en todo el país, brindándoles información relevante sobre su oferta educativa y facilitando su inscripción y participación en los programas.

Canales Tradicionales:

Eventos y Congresos: Participamos en eventos y congresos relacionadas con la odontología, seminarios y talleres. Estos eventos nos dan la oportunidad de interactuar directamente con profesionales de la odontología, pudiendo presentar nuestra oferta educativa y generar nuevos contactos.

Alianzas estratégicas: Se establece alianzas estratégicas con instituciones educativas, clínicas dentales y otras organizaciones relacionadas con la odontología. Permitiendo el alcance de ofrecer descuentos y beneficios especiales a los miembros de las instituciones asociadas.

Programa de Referidos:

El desarrollo de la implementación de un programa de referidos que incentiva a los estudiantes actuales a recomendar los cursos y diplomados de la empresa a sus colegas y amigos. Ofreciendo descuentos en cursos o material educativo gratuito, lo que ayuda a aumentar la base de clientes y generar un crecimiento orgánico.

Servicio al Cliente:

Brindamos un servicio al cliente a través de diversos canales, como teléfono, correo electrónico, chat en línea y redes sociales. Un equipo de profesionales capacitados está disponible para responder preguntas, resolver dudas y así brindarles el apoyo necesario durante el proceso de inscripción y participación en los cursos.



4.4.2 ESTRUCTURA DEL CANAL DIGITAL

En la formación competitiva odontológica, CPOEcuador, necesita contar con una estructura de canal digital sólida y efectiva para alcanzar sus objetivos de negocio y consolidarse como un referente en el sector.

Una estructura bien planificada permitirá a la empresa:

- Atraer y convertir potenciales estudiantes.
- Fidelizar a los estudiantes actuales.
- Fortalecer su imagen de marca.
- Promover sus cursos y diplomados.

La propuesta integral para la estructura del canal digital de CPOEcuador, abarca temas como:

Canales de Marketing Digital:

Sitio web: se encuentra en proceso el desarrollo del sitio web, siendo moderno y funcional que sirve como punto de información para los potenciales estudiantes.

Redes sociales: mantenemos una presencia activa en las principales redes sociales, como Facebook, Instagram, TikTok y comenzo el proceso de encaminarse a Youtube.

Marketing de correo electrónico: la implementación de campañas de marketing de correo electrónico segmentadas para llegar a su base de datos de potenciales estudiantes y clientes.

Publicidad en línea: Utilizamos plataformas de publicidad en línea como Google Ads y Facebook Ads para llegar a un público más amplio y dirigido. Estas campañas se segmentan por ubicación, intereses profesionales y otros criterios para garantizar que los anuncios lleguen a las personas más propensas a estar interesadas en los cursos de odontología de la empresa.

FACEBOOK <https://www.facebook.com/profile.php?id=100039988214495>

INSTAGRAM

https://www.instagram.com/cpoecuador?igsh=MWRoc2dncWUwY3RrMA%3D%3D&utm_source=qr

TIKTOK <https://www.tiktok.com/@cpoecuador? t=8ms3vIE3PQD& r=1>

WHATSAPP <https://wa.me/qr/MKFCI5XIMPF4M1>



4.4.3 NICHOS DE MERCADO POR CANAL Y SU # DE POTENCIALES CLIENTES

Una vez identificado nuestro nicho de mercado, podemos adaptar ofertas educativas y estrategias de marketing para atender mejor las necesidades de cada segmento de mercado.

Un análisis de nicho de mercado potenciales para CPOEcuador, junto con una estimación del número de potenciales clientes en cada nicho:

Odontólogos generales:

Canal: Presencial, semipresencial.

Número de potenciales clientes: Aproximadamente 5.000 odontólogos generales en Ecuador.

Especialistas en odontología:

Canal: Presencial, semipresencial.

Número de potenciales clientes: Aproximadamente 2.000 especialistas en odontología en Ecuador, distribuidos en las diferentes áreas de especialización.

Estudiantes de odontología:

Canal: Presencial, semipresencial.

Número de potenciales clientes: Aproximadamente 2.500 estudiantes de odontología en Ecuador, cursando pregrado y posgrado.

Auxiliares de odontología:

Canal: Presencial, semipresencial.

Número de potenciales clientes: Aproximadamente 10.000 auxiliares de odontología en Ecuador.

Al enfocarnos en nichos de mercado específicos, podemos:

Desarrollar cursos y diplomados más relevantes y personalizados para las necesidades de cada grupo de clientes.

Implementar estrategias de marketing más efectivas y dirigidas a cada nicho.

Construir relaciones más sólidas con los clientes y aumentar la lealtad a la marca.

Diferenciarse de la competencia y posicionarse como líder en la formación odontológica en Ecuador.

Módulo Final, entrega de certificados Diplomado Ortodoncia.



Segundo Módulo , Diplomado Estética Dental.



4.5. PROMOCION

4.5.1 PLAN DE MEDIOS; TRADICIONAL Y DIGITAL; ATL & BTL

Se requiere un plan de medios integral que combine estrategias tradicionales y digitales, como ATL y BTL, para tener un buen alcance de nuestro público objetivo de manera efectiva y maximizando el impacto de nuestras campañas.

Objetivos del Plan de Medios:

Aumentar el conocimiento de marca.

Generar leads.

Impulsar las inscripciones.

Fidelizar a los clientes.

Público Objetivo:

Odontólogos generales profesionales con licencia para ejercer la odontología en Ecuador.

Especialistas en odontología, o en formación especializada en un área específica de la odontología.

Estudiantes de odontología que se encuentren cursando en odontología en Ecuador.

Análisis de Medios

Medios tradicionales:

- Publicaciones en revistas especializadas en odontología o salud bucal.
- Ubicación estratégica en zonas con alta concentración de odontólogos.
- Artículos especializados referente a la odontología en el país.

Medios digitales:

- El proceso, desarrollo y optimización del sitio web de CPOEcuador para mejorar su visibilidad en el usuario.
- Creación y publicación en redes sociales relevantes para el público objetivo como Facebook, Instagram, TikTok.
- Creación y difusión de contenido de valor para el público objetivo, como artículos, blogs, infografías, videos.
- Campañas de publicidad pagada en plataformas como Google Ads, Facebook Ads para llegar a un público objetivo específico.
- Colaboración con influencers del sector odontológico para promocionar los cursos y diplomados.

Estrategia ATL:

La utilización de medios tradicionales y digitales de alto alcance para aumentar el conocimiento de marca y posicionar a CPOEcuador como líder en la formación odontológica en Ecuador.

Patrocinar eventos relevantes para el sector odontológico, como congresos, conferencias o talleres, para aumentar la visibilidad y el prestigio de la marca.

Estrategia BTL:

Organización de eventos presenciales o virtuales para presentar los cursos y diplomados de CPOEcuador para interactuar con el nuestro nicho.

Realización de charlas gratuitas sobre temas de interés para nuestro segmento y atraer leads posicionando a a marca.

Ofrecer descargas de contenido gratuito de valor, como ebooks, guías o plantillas, a cambio de datos de contacto de potenciales clientes.

La Implementación de programas de fidelización para recompensar a los clientes recurrentes y fomentar su participación en futuros cursos y diplomados.

4.5.2. PROMOCION DE MARCA: TOP OF MIND & DIRECCION ESTRATEGICA Y PLAN DE ACCION

Plan de acción para el posicionamiento Top of Mind:

Campaña de sensibilización

Lanzar una campaña publicitaria integral que incluya publicidad en canales digitales.

Destacar mensajes clave de la marca y los beneficios únicos de para los odontólogos.

Utilizar un lenguaje claro y sencillo que sea atractivo para el público objetivo.

La cracion de material publicitario para que capten la atención y generen impacto.

Fortalecimiento de la presencia digital

En nuestro sitio web tener material atractivo e informativo fácil de navegar y que contenga información relevante.

La creación de matertial de valor en las redes sociales con la creación de artículos, vídeos, infografías.

La publicidad online para llegar a un público más amplio y segmentando los anuncios por intereses, comportamientos y varias segmentaciones enfocadas a nuestro nicho.

Relaciones públicas y eventos

Participar en eventos y congresos odontológicos para aumentar la visibilidad de la marca y establecer relaciones con odontólogos potenciales.

Patrocinar eventos relacionados con la odontología para mejorar el reconocimiento de la marca.

Emitir comunicados de prensa y generar noticias positivas sobre la empresa y sus actividades.

Establecer relaciones con medios de comunicación especializados en odontología para obtener cobertura mediática.

Fidelización de clientes

Ofrecer descuentos y promociones especiales a clientes recurrentes.

Brindar una excelente atención al cliente para generar satisfacción y fidelidad.

Solicitar sugerencias a los clientes para mejorar continuamente sus servicios.

Componentes Clave de la Dirección Estratégica y el Plan de Acción:

Análisis Estratégico

Evaluar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que enfrenta la empresa en la actualidad del mercado odontológico en Ecuador.

Identificar los principales competidores de CPOEcuador, sus estrategias, fortalezas y debilidades.

Comprender las tendencias del mercado odontológico, las necesidades de los odontólogos y las expectativas de los pacientes.

Definición de la Visión, Misión y Valores

Describir la imagen deseada de CPOEcuador a largo plazo, su posición ideal en el mercado y el impacto que aspira a generar.

Establecer el propósito fundamental de CPOEcuador, la razón de ser de la empresa y su compromiso con la educación continua de los odontólogos.

Los principios éticos y morales que guiarán las acciones y decisiones de CPOEcuador en su interacción con sus colaboradores, clientes y socios.

Formulación de Objetivos Estratégicos

Establecer objetivos específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con un plazo de tiempo definido.

Definir objetivos que abarquen diferentes horizontes temporales con el fin de asegurar el crecimiento y la sostenibilidad a largo plazo de la empresa.

Elaboración del Plan de Acción

Dividir los objetivos estratégicos en acciones concretas y tangibles que puedan ser implementadas en varios de nuestros departamentos.

Definir claramente quiénes son los responsables de llevar a cabo cada acción o tarea del plan.

Fijar fechas límite para la ejecución de cada acción, asegurando el cumplimiento del plan de acción en el tiempo establecido.

Identificar las métricas que permitan evaluar el avance y el éxito de cada acción o tarea del plan.

Implementación, Monitoreo y Evaluación

Dar a conocer nuestro plan de acción a todos los colaboradores de CPOEcuador con la finalidad que comprendan nuestro compromiso.

Un seguimiento constante en redes sociales para medir el avance del plan de acción, identificando posibles desviaciones o dificultades.

Evaluar periódicamente los resultados obtenidos y realizar ajustes en el plan de acción cuando sea necesario.

4.5.3. PROMOCION POR CANALES: DIRECCION ESTRATEGICA Y PLAN DE ACCION

La dirección estratégica establece una visión clara, una misión definida y objetivos específicos que guíen las decisiones y acciones de la empresa. Se basa en un análisis profundo del entorno interno y externo de la empresa, tomando así a varios factores como las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (FODA).

Elementos clave de la dirección estratégica

La visión define a la empresa como quiere ser percibida en el futuro y cuál es su aspiración a largo plazo.

La misión de la empresa establece el propósito fundamental, describiendo su razón de ser y el compromiso con la educación continua en odontología.

Los objetivos son específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con un plazo definido (SMART). Estos objetivos deben traducir la visión y misión de la empresa en acciones concretas.

Plan de Acción

El plan de acción posee estrategias concretas y medibles.

Estrategias para alcanzar objetivos estratégicos.

Asignar responsabilidades claras a cada miembro del equipo para la ejecución de las tácticas.

Establecer un presupuesto realista para la implementación del plan de acción.

Establecer un cronograma para la ejecución de las tácticas, definiendo fechas límite y plazos de entrega.

Realizar un seguimiento y evaluación constante del plan de acción para medir su efectividad y realizar ajustes de ser necesario.

4.5.4. PROMOCION CANAL DIGITAL

Definir nuestro público objetivo:

Es primordial para la empresa identificar los odontólogos que se quiere llegar con los mensajes a la empresa a través del canal digital. Es importante considerar factores como la edad, el sexo, la ubicación geográfica, las especialidades odontológicas y los hábitos de consumo digital.

Presencia en redes sociales

Maternos activos en las redes sociales más populares, como Facebook, Instagram y TikTok. Permitiendo compartir contenido de valor, interactuar con el público objetivo y construir una comunidad en torno a la marca.

Marketing de contenidos

Compartir contenido de valor para los odontólogos, como artículos, vídeos, infografías, compartiendo contenido informativo para nuestro público.

Correo electrónico marketing

La creación de una base de datos de odontólogos interesados en recibir información sobre sus cursos y diplomados y enviarles correos electrónicos informativos y promocionales.

Publicidad online

Utilizar plataformas publicitarias como Google Ads y Facebook Ads para llegar a un público más amplio y promover sus cursos y diplomados.

Optimización del sitio web

El sitio web debe estar optimizado para los motores de búsqueda, al estar en proceso es importante que sea sociable para que aparezca en los primeros resultados cuando los odontólogos busquen información sobre cursos y diplomados de educación continua.

• CAPITULO V: PROCESO ESTUDIO DE MERCADO

5.1 INVESTIGACIONES DE MERCADO

El proceso de estudio de mercado es una fase determinante para nuestra empresa que busca comprender su público objetivo, logrando identificar oportunidades de negocio y tomar decisiones estratégicas informadas.

CPO Ecuador, como empresa líder en el sector odontológico, no es ajena a este proceso.

5.1.1 RESUMEN DEL ESTUDIO DE MERCADO: METODOLOGIA, MUESTRA, ENCUESTA, ENTREVISTA, FOCUS GROUP, INVESTIGACION EN WEB

Metodología

La metodología del estudio de mercado nos ayuda a definir un enfoque general para recopilar y analizar datos. Seleccionamos una combinación de métodos cuantitativos y cualitativos, incluyendo:

Investigación secundaria con la recopilación de datos existentes de fuentes como informes de la industria y artículos académicos.

Encuestas que permiten la distribución de cuestionarios a una muestra representativa del público objetivo para recopilar datos cuantitativos sobre sus preferencias, comportamientos y opiniones.

Entrevistas para profundizar con individuos seleccionados para obtener información detallada y cualitativa sobre sus experiencias y percepciones.

Muestra

La selección de una muestra adecuada es determinante para garantizar la validez y confiabilidad de los resultados del estudio. Definir cuidadosamente todos los criterios de segmentación para identificar a los participantes representativos del público objetivo, considerando factores como la ubicación, la edad, el género, la profesión y los hábitos de consumo.

Encuesta

Definimos con claridad los objetivos de la investigación, las preguntas relevantes y el formato de respuesta apropiado. Encuestas fáciles de entender, atractivas y breves para mantener la atención de los participantes.

Entrevista

La realización de entrevistas bien estructuradas con preguntas abiertas y de seguimiento para estimular respuestas detalladas y explorar diferentes perspectivas. Teniendo la presencia de un moderador que mantenga una actitud neutral, crear un ambiente cómodo que garantice confianza en las respuestas.

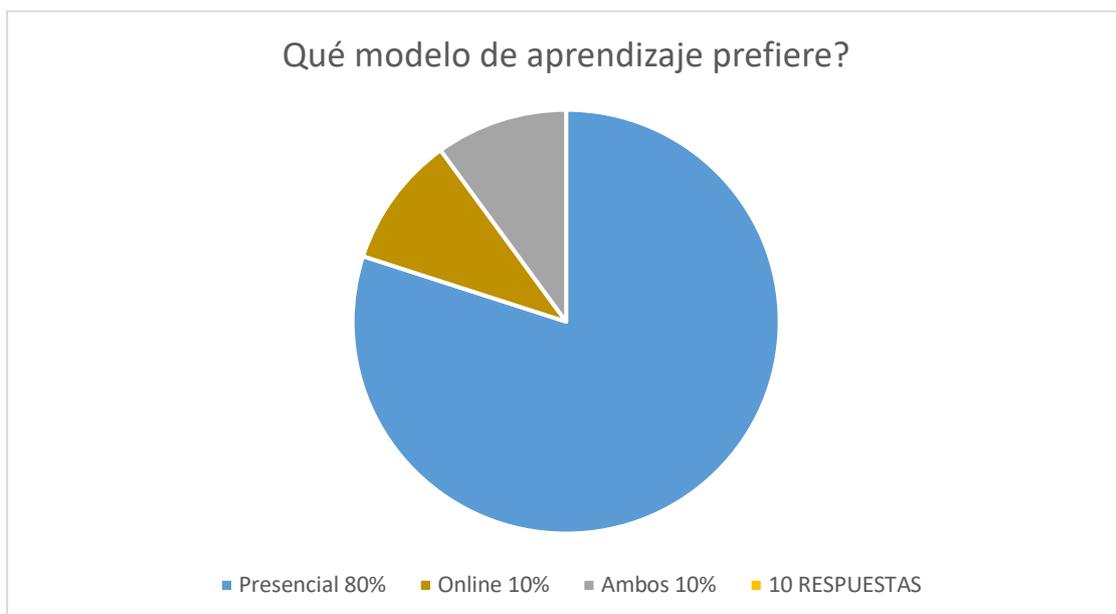
Focus Group

Los focus group son moderados por un facilitador experimentado que guíe la discusión, fomente la participación de los miembros y mantenga el enfoque en los temas clave. La dinámica del grupo debe observarse cuidadosamente para identificar patrones de interacción y puntos de vista emergentes.

Investigación en Web

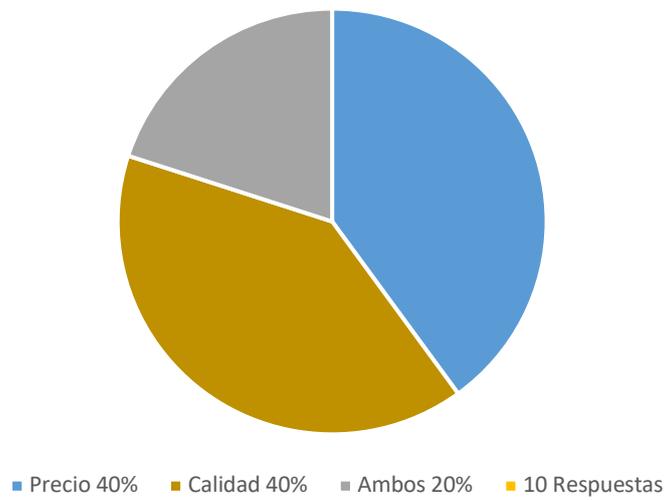
La utilización adecuada de un análisis web y redes sociales para recopilar datos sobre el tráfico del sitio web, las redes sociales y tendencias de búsqueda en línea. Esta información puede ser útil para comprender el comportamiento en línea del público objetivo y sus intereses.

5.1.2 PRESENTACION DE RESULTADOS GRAFICOS



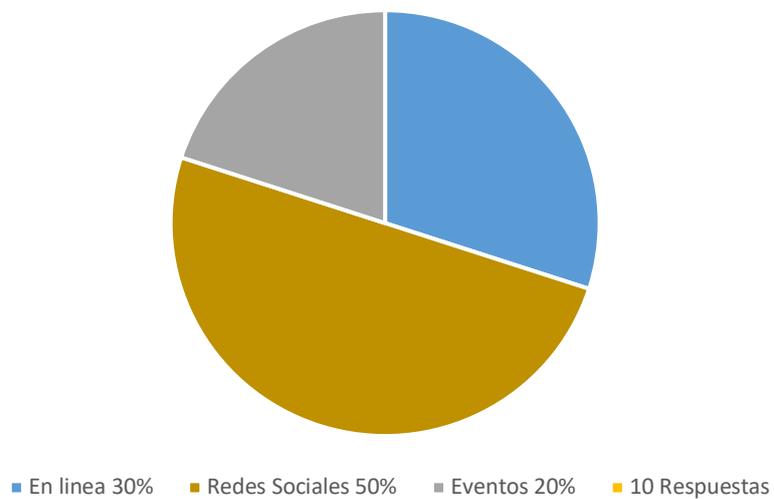
Pregunta 1

¿Qué factores considera importantes al elegir un curso o diplomado de odontología?



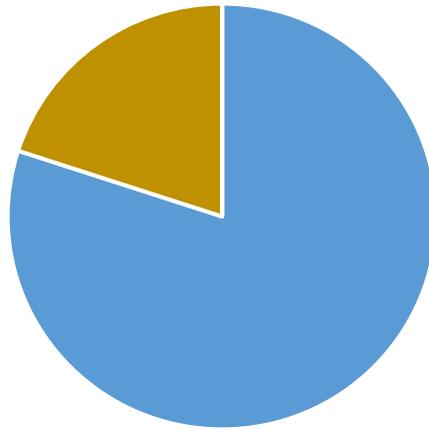
Pregunta 2

¿Cómo se entera de los cursos o diplomados de odontología que están disponibles?



Pregunta 3

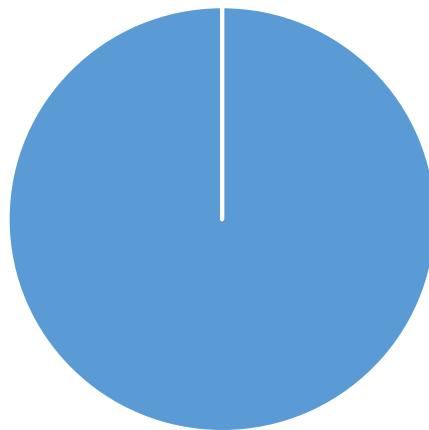
¿Qué opina de la calidad de los cursos o diplomados de odontología que ofrece CPOEcuador?



■ Excelente 80% ■ Bueno 20% ■ Regular 0% ■ Malo 0% ■ 10 Respuestas

Pregunta 4

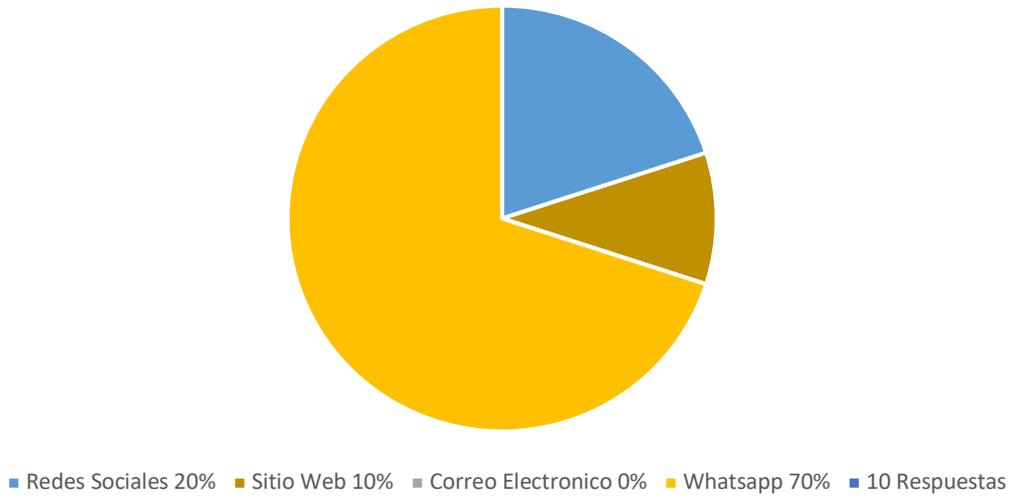
¿Recomendaría los cursos o diplomados de odontología de CPOEcuador a otros odontólogos?



■ Si 100% ■ No 0% ■ 10 Respuestas

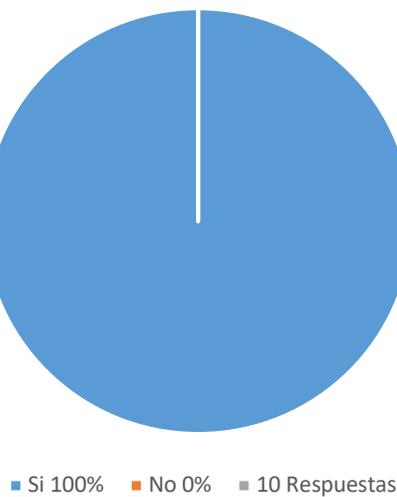
Pregunta 5

¿Cómo prefiere recibir información sobre cursos o diplomados de odontología?



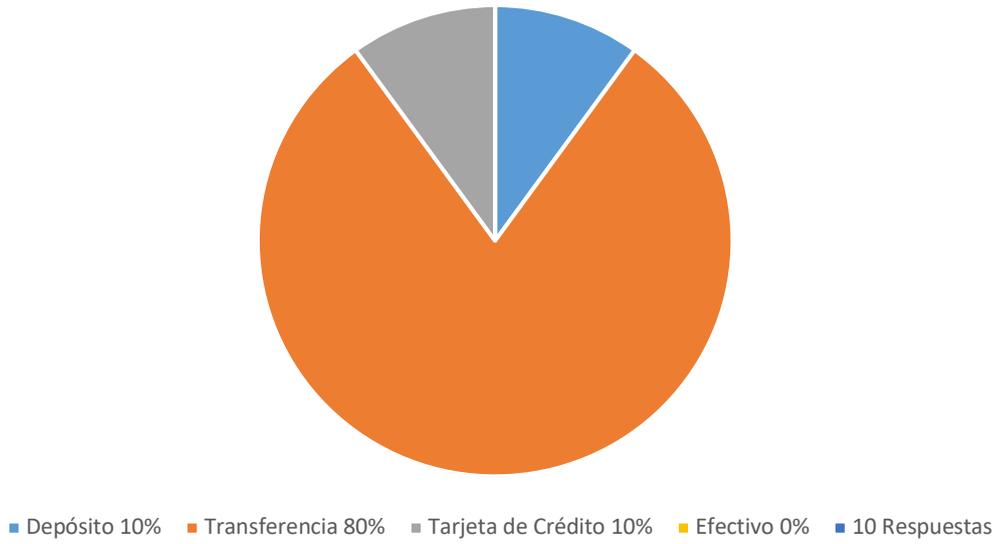
Pregunta 6

¿Cree usted que el marketing digital en la odontología es importante?



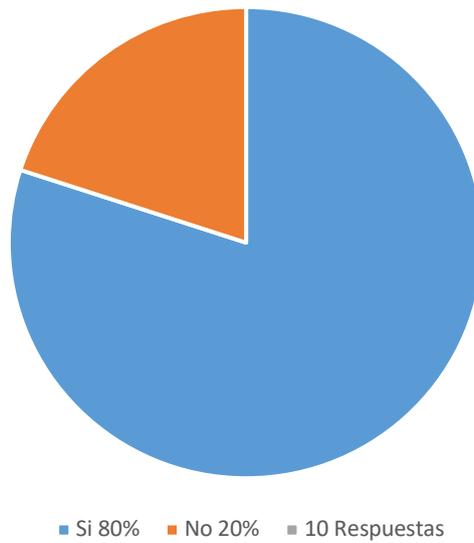
Pregunta 7

¿Cuál es su método de pago preferido?



Pregunta 8

¿Ha escuchado hablar de CPOEcuador antes?



Pregunta 9

5.1.3 ANALISIS DE RESULTADOS Y ESTADISTICA DESCRIPTIVA

Pregunta 1

Qué modelo de aprendizaje prefiere?

Total de respuestas: 10

Categorías:

Presencial: 80%

Online: 10%

Ambos: 10%

Análisis:

Prevalece el aprendizaje presencial con un 80% de todos los encuestados.

La modalidad Online y la categoría ambos igualan con un 10% para cada uno.

Pregunta 2

¿Qué factores considera importantes al elegir un curso o diplomado de odontología?

Total de respuestas: 10

Categorías:

Precio: 40%

Calidad: 40%

Ambos: 20%

Análisis:

Existe un empate en la categoría de precio con un 40% al igual que la calidad con 40% compartiendo estadísticas en dicha pregunta, el 20% de los encuestados considera que tanto precio como calidad se vuelven importantes.

Pregunta 3

¿Cómo se entera de los cursos o diplomados de odontología que están disponibles?

Total de respuestas: 10

Categorías:

En línea: 30%

Redes Sociales: 50%

Eventos: 20%

Análisis:

En esta pregunta las redes sociales fueron las ganadoras con un 50% de los encuestados que recibieron información mediante las diferentes plataformas.

Pregunta 4

¿Qué opina de la calidad de los cursos o diplomados de odontología que ofrece CPOEcuador?

Total de respuestas: 10

Categorías:

Excelente: 80%

Bueno: 20%

Regular: 0%

Malo: 0%

Análisis:

Con una gran aceptación el 80% de encuestados se sienten conformes con la calidad de nuestros cursos, el 20% restante dio su voto como bueno, el cual sigue siendo positivo para la empresa.

En cuanto a votos regulares y malos se mantuvo con un 0% de votos.

Pregunta 5

¿Recomendaría los cursos o diplomados de odontología de CPOEcuador a otros odontólogos?

Total de respuestas: 10

Categorías:

Si: 100%

No: 0%

Análisis:

En esta pregunta el 100% de los encuestados concordaron en que si recomendarían a CPOECUADOR a otros odontólogos.

Pregunta 6

¿Cómo prefiere recibir información sobre cursos o diplomados de odontología?

Total de respuestas: 10

Categorías:

Redes sociales: 20%
Sitio Web: 10%
Correo electrónico: 0%
Whatsapp: 70%

Análisis:

Un 70% de los encuestados prefirieron Whatasapp como medio para recibir información.

Pregunta 7

¿Cree usted que el marketing digital en la odontología es importante?

Total de preguntas: 10

Categorías:

Si: 100%
No: 0%

Análisis:

El 100% de los encuestados dijeron que Si es importante el marketing digital para los odontólogos ya que permite llegar a una audiencia más amplia mediante redes sociales y otra plataformas para generar campañas publicitarias.

Pregunta 8

¿Cuál es su método de pago preferido?

Total de preguntas: 10

Categorías:

Depósito: 10%
Transferencia: 80%
Tarjeta de Crédito: 10%
Efectivo: 0%

Análisis:

Prevalece un 80% de encuestados que prefieren realizar pagos mediante transferencia bancaria debido a la facilidad, en la categoría efectivo se mantuvo en un 0% debido a la seguridad del país (debido a que no prefieren manejar efectivo debido a la delincuencia).

Pregunta 9

¿Ha escuchado hablar de CPOEcuador antes?

Total de preguntas: 10

Categorías:

Si: 80%

No: 20%

Análisis:

La mayor parte de encuestados con el 80% de votos a favor dijo conocer de CPOECUADOR mediante redes, fotos, videos y recomendación. El 20% diferente dijo no haber escuchado antes de la empresa, lo cual nos hace reflexionar que debemos incrementar nuestro alcance.

5.1.4 CONCLUSIONES DE CADA PREGUNTA DEL ESTUDIO

Pregunta 1

¿Qué modelo de aprendizaje prefiere?

La mayor parte de encuestados prefieren la modalidad de estudio presencial porque fomenta la interacción social entre compañeros y el docente, además de interactuar de manera personalizada, de igual manera la parte práctica es mas eficiente al ser de manera presencial.

Pregunta 2

¿Qué factores considera importantes al elegir un curso o diplomado de odontología?

La calidad es un indicador fundamental de la efectividad del aprendizaje. Los odontólogos buscan contenido actualizado con una metodología de enseñanza innovadora, docentes experimentados y reconocidos en el ámbito odontológico.

El precio es un factor que puede limitar el acceso a la formación continua para algunos odontólogos, por lo tanto buscan programas que se ajusten a su presupuesto y que les ofrezcan opciones de financiamiento.

Pregunta 3

¿Cómo se entera de los cursos o diplomados de odontología que están disponibles?

Las redes sociales se han convertido en una herramienta fundamental para la comunicación y el intercambio de información en diversos ámbitos, incluyendo el sector odontológico.

Existen varias razones por las que la mayoría de los odontólogos se enteran de cursos y diplomados mediante las redes sociales, como la interacción, la publicidad, la promoción, etc.

Pregunta 4

¿Qué opina de la calidad de los cursos o diplomados de odontología que ofrece CPOEcuador?

La mayor parte de odontólogos habla de la calidad de los cursos o diplomados, en donde influyen factores como el prestigio, la experiencia, el gran nivel de docentes y la calidad de aprendizaje.

Pregunta 5

¿Recomendaría los cursos o diplomados de odontología de CPOEcuador a otros odontólogos?

La mayoría de los odontólogos recomiendan los cursos de CPOEcuador porque son programas de alta calidad académica, impartidos por docentes experimentados y reconocidos, que ofrecen oportunidades de práctica clínica real

Pregunta 6

¿Cómo prefiere recibir información sobre cursos o diplomados de odontología?

WhatsApp se ha convertido en una de las plataformas de mensajería instantánea más populares del mundo, utilizada por millones de personas para comunicarse, debido a una comunicación instantánea y directa, sobre todo por la facilidad de uso.

Pregunta 7

¿Cree usted que el marketing digital en la odontología es importante?

El marketing digital es sumamente importante para los odontólogos que buscan prosperar en el entorno competitivo actual, aprovechando las estrategias digitales, transformando su presencia en línea, fortaleciendo su conexión con los pacientes alcanzando el éxito a largo plazo.

Pregunta 8

¿Cuál es su método de pago preferido?

Las transferencias bancarias ofrecen una forma cómoda y segura de realizar pagos, desde la comodidad del hogar o cualquier lugar con acceso a internet, permitiendo que se procedan de forma instantánea o en un plazo muy corto, lo que permite a las personas realizar pagos de manera rápida y eficiente.

Pregunta 9

¿Ha escuchado hablar de CPOEcuador antes?

Se escuchan varios criterios positivos que han contribuido al conocimiento y percepción de la institución, siendo reconocida por una amplia trayectoria y experiencia en la formación continua de odontólogos, contando con un alto nivel académico, contenido actualizado, metodologías de enseñanza innovadoras y recursos de aprendizaje de alta calidad.

5.1.5 FODA FINAL

Fortalezas	Debilidades	Oportunidades	Amenazas
Ampliar la oferta educativa	Limitación de cursos	Crecimiento del mercado	Tendencias del mercado
Fomentar la investigación	Limitación de recursos	Expansión geográfico	Cambios en las regulaciones
Monitorear el mercado	Competencia en el sector	Desarrollo de nuevos programas	Crisis económicas
Gestionar riesgos	Necesidad de actualización	Incorporación tecnológica	Competencia desleal

5.1.6 SELECCIÓN DE VARIABLES PARA EL PLAN DE NEGOCIO DIGITAL

La selección de variables es determinante para la elaboración de un Plan de Negocio Digital (PND) que resulte efectivo para CPOEcuador. Identificando y analizando dichas variables relevantes, pudiendo comprender nuestro entorno competitivo, definiendo objetivos estratégicos claros y desarrollando estrategias de marketing y ventas adecuadas para alcanzar las metas establecidas.

Tipos de variables

Variables internas

Fortalezas: la calidad de sus cursos, la experiencia de sus docentes y la reputación de la marca.

Debilidades: la falta de recursos, la limitación de recursos, la competencia en el sector o la necesidad de actualización constante.

Variables externas

Oportunidades: el crecimiento del mercado de la formación continua en odontología, la demanda de nuevos cursos en áreas especializadas y la incorporación de tecnología.

Amenazas: el cambios en las tendencias del mercado, la competencia desleal o la crisis económica.

Variables de mercado:

Cantidad de clientes potenciales que demandan los cursos de formación continua en odontología.

Cambios en las preferencias de los consumidores, la tecnología o las regulaciones del sector.

Empresas que ofrecen cursos similares a los de CPOEcuador.

Variables financieras:

Recursos para ofrecer los cursos de formación continua.

Tarifas que se cobran en los cursos.

Capacidad de la empresa para generar utilidades.

Variables tecnológicas:

Herramientas digitales para mejorar la experiencia educativa y la gestión administrativa.

Nuevos desarrollos tecnológicos que afectan la forma en que se imparten los cursos.

Recursos informáticos y de red necesarios para el funcionamiento de la empresa.

5.1.6.1 PERFIL DEL CONSUMIDOR

El cliente ideal es un odontólogo que busca ampliar sus conocimientos, habilidades y competencias profesionales a través de la formación continua. Caracterizado por tener un alto interés en el desarrollo profesional, estar actualizado sobre las últimas tendencias en odontología y buscar oportunidades para mejorar su práctica clínica.

Características:

- Edad: Entre 25 y 35 años.
- Sexo: Masculino o femenino.
- Ubicación: Ecuador.
- Nivel educativo: Odontólogo titulado.
- Intereses: Interés en la formación continua en odontología.
- Necesidades: Adquirir nuevos conocimientos y habilidades, mejorar su desempeño profesional, acceder a contenido educativo de alta calidad y flexible.
- Comportamiento: Activo en redes sociales, busca información en línea sobre cursos y programas de formación continua, dispuesto a invertir en su desarrollo profesional.

Canales de comunicación:

- Sitio web: El sitio web de CPOEcuador debe ser informativo, atractivo y fácil de usar.
- Redes sociales: presencia activa en las redes sociales más populares entre los odontólogos.
- Marketing de contenidos: crear y compartir contenido informativo y educativo de alto valor, como artículos, videos, para atraer a los clientes potenciales.
- Publicidad en línea: publicidad en línea, como Google Ads y Facebook Ads, para llegar a su público objetivo de manera más segmentada y efectiva.

5.1.6.2 GUSTOS PREFERENCIAS E INTERESES

Gustos

Aprender sobre nuevos avances, técnicas y tratamientos en el campo de la odontología.

Mejorar sus habilidades para brindar una atención dental de alta calidad a sus pacientes.

Buscar oportunidades para crecer profesionalmente y mantenerse a la vanguardia.

Mantenerse informados sobre las últimas tendencias en odontología y buscar nuevas formas de mejorar sus habilidades.

Preferencias

Buscar cursos que sean impartidos por docentes expertos y reconocidos en el ámbito odontológico.

Prefieren cursos que se basen en las últimas investigaciones y tendencias en odontología.

Valoran las metodologías de enseñanza que sean dinámicas, interactivas y participativas.

Buscan cursos que les brinden la oportunidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos en un entorno real.

Intereses

Buscan cursos que les permitan especializarse en áreas de su interés.

Buscan cursos que les brinden información sobre las últimas normativas y regulaciones en el ámbito odontológico.

Cursos que les enseñen cómo gestionar su negocio de odontología de manera eficiente y cómo promocionar sus servicios de manera efectiva.

Buscan establecer contactos con otros profesionales de la odontología y ampliar su red de contactos.

5.1.6.3 SEGMENTO DEL MERCADO

El cliente ideal puede segmentarse en función de diversas variables, como la especialidad odontológica, la experiencia profesional, la ubicación geográfica y los intereses específicos en formación continua. Esta segmentación permite a la institución personalizar sus estrategias de marketing y comunicación para llegar a cada grupo de clientes de manera más efectiva.

Odontólogos generales

- **Edad:** Entre 22 y 45 años.
- **Experiencia:** De 2 a 5 años de experiencia profesional.
- **Ubicación:** Ejercen en clínicas privadas, consultorios propios o instituciones públicas o privadas.
- **Necesidades:** Actualizar conocimientos en diversas áreas de la odontología.

- **Motivaciones:** Crecimiento profesional, mejorar ingresos, ofrecer una mejor atención a sus pacientes y mantenerse competitivos en el mercado.

Odontólogos especialistas

- **Edad:** Entre 25 y 55 años.
- **Experiencia:** Más de 5 años de experiencia profesional en un área de especialización .
- **Necesidades:** Profundizar sus conocimientos en su área de especialización, aprender nuevas técnicas y procedimientos.
- **Motivaciones:** Ser referentes en su área de especialización, ofrecer tratamientos de alta calidad.

Odontólogos recién graduados

- **Edad:** Entre 22 y 30 años.
- **Experiencia:** No es necesaria.
- **Ubicación:** Realizan pasantías, trabajan en clínicas privadas o buscan iniciar su propio consultorio.
- **Necesidades:** Adquirir las habilidades y conocimientos necesarios para iniciar su práctica profesional.
- **Motivaciones:** Incorporarse en el mercado laboral de la odontología, desarrollar su propio negocio, ofrecer una atención de calidad a sus pacientes y lograr la independencia profesional.

5.1.6.4 PRODUCTO O SERVICIO

Productos principales

CPOEcuador ofrece una amplia variedad de cursos y diplomados de formación continua en diferentes áreas de la odontología, como endodoncia, periodoncia, ortodoncia, implantología, cirugía oral y estética dental.

Ofrecemos diplomados en áreas específicas de la odontología, como ortodoncia avanzada, implantología digital u ortopedia funcional de los maxilares.

Al finalizar cada curso o diplomado y después de adquirir los conocimientos y habilidades necesarios en el área específica de estudio se entrega una certificación avalada por la Universidad de Brasil UNICPO.

Servicios adicionales:

Organización de eventos y talleres gratuitos de manera regular para que los odontólogos puedan mantenerse actualizados sobre las últimas tendencias y avances en el ámbito de la odontología.

Poner a disposición una variedad de recursos educativos, como artículos, videos y presentaciones, para que puedan ampliar sus conocimientos y mantenerse informados sobre las últimas novedades en la profesión.

5.1.6.5 PROMOCION Y COMUNICACIÓN

Objetivos del Plan de Medios:

Aumentar el conocimiento de marca.

Generar leads.

Impulsar las inscripciones.

Fidelizar a los clientes.

Público Objetivo:

Odontólogos generales profesionales con licencia para ejercer la odontología en Ecuador.

Especialistas en odontología, o en formación especializada en un área específica de la odontología.

Estudiantes de odontología que se encuentren cursando en odontología en Ecuador.

Análisis de Medios

Medios tradicionales:

- Publicaciones en revistas especializadas en odontología o salud bucal.
- Ubicación estratégica en zonas con alta concentración de odontólogos.
- Artículos especializados referente a la odontología en el país.

Medios digitales:

- El proceso, desarrollo y optimización del sitio web de CPOEcuador para mejorar su visibilidad en el usuario.
- Creación y publicación en redes sociales relevantes para el público objetivo como Facebook, Instagram, TikTok.
- Creación y difusión de contenido de valor para el público objetivo, como artículos, blogs, infografías, videos.

- Campañas de publicidad pagada en plataformas como Google Ads, Facebook Ads para llegar a un público objetivo específico.
- Colaboración con influencers del sector odontológico para promocionar los cursos y diplomados.

5.1.6.6 PRECIOS

DIPLOMADO	COSTO UNITARIO
Ortodoncia	\$390,12
Estética	\$390,12
Ortopedia dental	\$390,12

5.1.6.7 FORMA DE COMPRA EN EL CANAL DE DISTRIBUCION

- El estudiante debe seleccionar el curso o diplomado de su interés a través de nuestras redes sociales, correo electrónico o sitio web, para después sea redirigido a nuestro whatsapp mediante un walink o acercarse directamente a las oficinas de la institución.
- Una vez seleccionado el curso, el estudiante debe realizar un depósito de inscripción para confirmar su cupo, debe enviar mediante nuestro whatsapp en formato pdf el comprobante junto a varios datos, como nombres completos, número de cédula, correo electrónico, copia de cédula ambos lados y copia de título de tercer nivel, en caso de ser estudiante presentar un certificado que avale sus estudios en odontología.
- El estudiante debe realizar el pago del curso por el método de su preferencia: transferencia bancaria, depósito, efectivo, pago con tarjeta de crédito o débito.
- Una vez recibido el pago, CPOEcuador enviará al estudiante una confirmación de inscripción por correo electrónico y whatsapp personal del inscrito.
- El estudiante recibirá instrucciones mediante un grupo de whatsapp para acceder al curso de CPOEcuador en donde se enviara a información del curso, como: fecha, lugar, horarios, etc.

5.1.6.8 HABITOS DE CONSUMO Y DECISION DE COMPRA

Nuestro nicho de mercado busca información sobre cursos, instituciones educativas y opiniones de otros odontólogos en internet.

Comparan precios, programas, beneficios y reputación de diferentes instituciones antes de tomar una decisión.

Buscan un proceso de compra simple, seguro y flexible, con buena atención al cliente y soporte técnico.

Prestan atención a los comentarios y recomendaciones en las redes sociales.
Buscan ofertas especiales, becas o descuentos que les permitan acceder a la formación continua a un precio más accesible.
Valoran la calidad de los programas de formación continua, incluyendo la experiencia y el prestigio de los docentes, la metodología de enseñanza.
La reputación es un factor importante para la toma de decisiones de los odontólogos. La institución debe mantener una imagen positiva y generar confianza entre los profesionales del sector.
El precio de los cursos es un factor importante, pero los odontólogos también evalúan el costo-beneficio de la inversión, considerando el valor del contenido, la calidad del programa.
Buscan una formación continua que se adapten a su ritmo de vida y a sus necesidades.

5.1.6.9 FORMA DE PAGO Y LOGISTICA DE ENTREGA

Métodos de pago disponibles:

Transferencia bancaria: Los estudiantes pueden realizar el pago de los cursos mediante transferencia bancaria a las cuentas de CPOEcuador en diferentes entidades bancarias del país.

Efectivo: Los estudiantes también pueden realizar el pago de los cursos en efectivo en las oficinas de CPOEcuador. Para mayor seguridad, se recomienda consultar los horarios de atención.

Depósito bancario: Los estudiantes pueden realizar el pago de los cursos mediante depósitos bancarios a las cuentas de CPOEcuador en diferentes entidades bancarias del país.

Pago con tarjeta de crédito o débito: Los estudiantes pueden realizar el pago de los cursos con tarjeta de crédito o débito a través de Payphone mediante tarjetas Visa o Mastercard de cualquier entidad financiera, en caso de ser una tarjeta distinta puede cancelar mediante Datafast directamente en las instalaciones.

5.1.7 PLANIFICACION ESTRATEGICA: OBJETIVOS, ESTRATEGIAS, METAS, PLANES DE ACCION, RESPONSABLES, PRESUPUESTO

AÑO	ACTA	Nº	OBJETIVO ESTRATEGICO	RESPONSABLE	ESTRATEGIA	INDICADORES	DESCRIPCION DEL INDICADOR	METAS	FORMAS DE MEDICION	FECHA DE INICIO	FECHA DE FIN	VALOR PRESUPUESTADO	EFECTUACION METAS		META PRESUPUESTADA	META REALIZADA	CUMPLIMIENTO									
													REALIZADA	DEFICIT												
2021	LONTAS Y SONTAS	1	TRABAJAR CON EL RESULTADO DE VENTAS	MANEJO COMERCIAL	Incrementar ventas en línea, fomentar la actividad en redes sociales.	VENTAS ELECTRONICAS	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB								
																			ENERO	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	100%	100%	100%	100%	100%
																			FEBRERO	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	100%	100%	100%	100%	100%
																			MARZO	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	100%	100%	100%	100%	100%
																			ABRIL	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	100%	100%	100%	100%	100%
																			MAYO	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	100%	100%	100%	100%	100%
																			JUNIO	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	100%	100%	100%	100%	100%
																			JULIO	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	100%	100%	100%	100%	100%
																			AGOSTO	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	100%	100%	100%	100%	100%
																			SEPTIEMBRE	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	100%	100%	100%	100%	100%
																			OCTUBRE	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	100%	100%	100%	100%	100%
																			NOVIEMBRE	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	100%	100%	100%	100%	100%
2021	LONTAS Y SONTAS	2	MEJORAR LA RENTABILIDAD DEL NEGOCIO	MANEJO	Incrementar ventas, aumentar la actividad en redes sociales.	VENTAS EN LINEA	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB								
2021	LONTAS Y SONTAS	3	IMPLEMENTAR EL SISTEMA DE CALIDAD	IMPLEMENTAR EL SISTEMA DE CALIDAD	Implementar el sistema de calidad.	IMPLEMENTAR EL SISTEMA DE CALIDAD	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB								
2021	LONTAS Y SONTAS	4	DA UNA MANEJO SUSTENTABLE EN EL NEGOCIO	MANEJO SUSTENTABLE	Implementar un sistema de gestión ambiental.	MANEJO SUSTENTABLE	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB								
2021	LONTAS Y SONTAS	5	MANEJO DE CALIDAD	MANEJO DE CALIDAD	Implementar un sistema de gestión de calidad.	MANEJO DE CALIDAD	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB								
2021	LONTAS Y SONTAS	6	IMPLEMENTAR LA PROMOCION ONLINE	IMPLEMENTAR LA PROMOCION ONLINE	Implementar un sistema de promoción online.	IMPLEMENTAR LA PROMOCION ONLINE	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB								
2021	LONTAS Y SONTAS	7	IMPLEMENTAR LOS SISTEMAS DE CALIDAD	IMPLEMENTAR LOS SISTEMAS DE CALIDAD	Implementar un sistema de gestión de calidad.	IMPLEMENTAR LOS SISTEMAS DE CALIDAD	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB								
2021	LONTAS Y SONTAS	8	IMPLEMENTAR CALIDAD	IMPLEMENTAR CALIDAD	Implementar un sistema de gestión de calidad.	IMPLEMENTAR CALIDAD	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB								
2021	LONTAS Y SONTAS	9	IMPLEMENTAR LA PROMOCION ONLINE	IMPLEMENTAR LA PROMOCION ONLINE	Implementar un sistema de promoción online.	IMPLEMENTAR LA PROMOCION ONLINE	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB								
2021	LONTAS Y SONTAS	10	IMPLEMENTAR LOS SISTEMAS DE CALIDAD	IMPLEMENTAR LOS SISTEMAS DE CALIDAD	Implementar un sistema de gestión de calidad.	IMPLEMENTAR LOS SISTEMAS DE CALIDAD	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB	MIRAR EL NÚMERO DE VISITAS EN EL SITIO WEB								

● CAPÍTULO VI: PROCESO LEGAL E INBOUND MARKETING

6.1 NORMATIVA DEL COMERCIO ELECTRONICO EN ECUADOR Y LEY DEL CONSUMIDOR

La Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos (Ley No. 2002-67) regula el comercio electrónico en Ecuador, incluyendo:

- Mensajes de datos
- Firma electrónica
- Servicios de certificación
- Contratación electrónica
- Prestación de servicios electrónicos
- Protección al consumidor

Ley del Consumidor y Diplomados Odontológicos

La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (LODC) protege los derechos de los consumidores en todas las etapas del proceso de consumo, esto incluye la adquisición de servicios educativos como diplomados odontológicos.

- Derecho a la información: Los usuarios tienen el derecho de recibir información clara, veraz y suficiente sobre los diplomados odontológicos, incluyendo el contenido del programa, los requisitos de admisión, los costos y las formas de pago.
- Derecho a la libre elección: Los usuarios tienen derecho a elegir libremente el diplomado odontológico que mejor se adapte a sus necesidades.

- Derecho a la calidad: Los diplomados odontológicos deben cumplir con los estándares de calidad establecidos por la ley y las autoridades competentes.
- Derecho a la protección contra la publicidad engañosa: Los usuarios tienen derecho a no ser engañados por publicidad falsa sobre los diplomados odontológicos.
- Derecho a reclamar: El usuario tiene el derecho a presentar reclamos y exigir el cumplimiento de sus derechos ante las autoridades competentes.

6.2 NORMATIVA TRIBUTARIA PARA TIENDAS EN LINEA EN ECUADOR

Las tiendas en línea en Ecuador se encuentran sujetas a las mismas obligaciones tributarias que las tiendas físicas.

Esto significa que deben:

Inscribirse en el Servicio de Rentas Internas (SRI):

- Obtener un Registro Único de Contribuyentes (RUC) y declarar sus impuestos de manera regular.
- El SRI ha establecido regímenes especiales para microempresas y emprendedores, con requisitos simplificados de cumplimiento tributario.

Emitir comprobantes de venta:

- Emitir facturas o notas de venta electrónicas por cada transacción realizada.
- Las facturas electrónicas deben emitirse a través del sistema SRI en línea o utilizando un proveedor de servicios autorizado.

Declarar y pagar el Impuesto al Valor Agregado (IVA):

- Declarar y pagar el IVA sobre la venta de bienes y servicios gravados.
- La tasa general del IVA es del 15%.

Declarar y pagar el Impuesto a la Renta:

- Deben declarar y pagar el Impuesto a la Renta sobre sus utilidades.
- La tasa del Impuesto a la Renta varía según el tamaño de la empresa y sus ingresos.

Retener y pagar impuestos:

- Deben retener y pagar impuestos a sus proveedores por servicios gravados, como el Impuesto a la Renta y el IVA.

6.3 ORGANIZACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE INBOUND MARKETING

La organización del departamento de inbound marketing de CPOECUADOR se basa en el tamaño de la organización, el presupuesto y los objetivos específicos.

Un Especialista en Marketing de Contenidos, el cual se encarga de investigar y crear contenido de alta calidad según nuestro público objetivo, publicar en las distintas redes sociales y diferentes canales digitales.

Implementar un Especialista en Marketing Automatizado, el cual gestiona las herramientas necesarias para realizar un marketing automatizado, encargado de crear y ejecutar campañas de email marketing y segmentar el público objetivo, además de personalizar mensajes de marketing.

Un Especialista en SEO, que tiene como finalidad optimizar el sitio web para mejorar los resultados de búsqueda, investigar las palabras clave o términos relevantes para la audiencia objetivo.

La incorporación de un Especialista en Redes Sociales, el cual crea y gestiona las cuentas de redes sociales de la empresa, se encarga del desarrollo e implementación estratégica de marketing en redes sociales, a la vez de interactuar con la audiencia.

6.4 PUESTOS CLAVES DEL DEPARTAMENTO

La estructura del departamento de ventas y marketing de CPOECUADOR se basa por el tamaño de la empresa, el presupuesto y sus objetivos específicos.

- Gerente de Ventas
- Vendedores
- Especialista en Marketing Digital
- Diseñador gráfico

6.5 FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO

Gerente de Ventas, encargado de supervisar el equipo de ventas y asegurarse del cumplimiento de los objetivos, se encarga de desarrollar y ejecutar estrategias de ventas, motiva al equipo y se encuentran en constante capacitación con el equipo.

Vendedores, los cuales se encargan de identificar y contactar con clientes potenciales, imparte la información adecuada sobre los cursos ofreciendo un buen trato con el cliente, negocia y cierra ventas, proporciona un seguimiento al cliente con el fin de fidelizarlo.

Un Especialista en Marketing Digital, que crea y gestiona campañas de marketing digital, utiliza varias herramientas como Google Ads, Facebook Ads, TikTok Ads y analiza el rendimiento de las campañas de marketing y realizar ajustes de ser necesario.

Un diseñador gráfico, que crea y mantiene una identidad de marca a través de todos los materiales visuales, desde el logotipo, se encarga de comunicar mensajes de manera efectiva a través de imágenes, gráficos y tipografía.

6.6 ORGANIGRAMA ORGANICO-FUNCIONAL

Gerencia General

- Gerente General
- Asistente de Gerencia

Departamentos

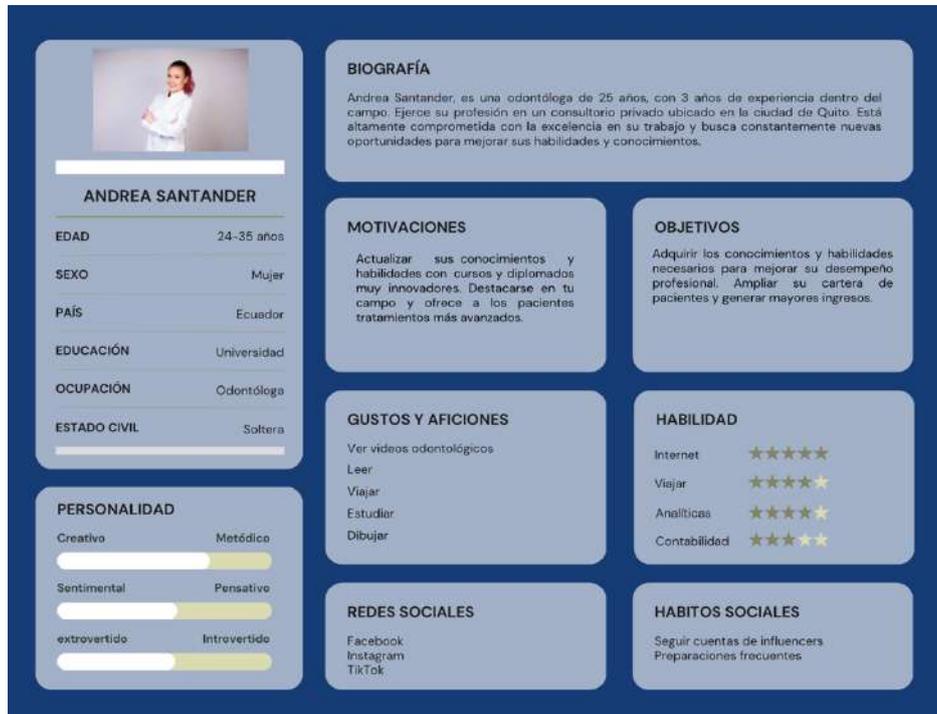
- Departamento de Administración:
 - Jefe de Administración
 - Contador
 - Recursos Humanos
 - Asistente Administrativo
 - Recepcionista
- Departamento de Ventas e Inbound Marketing:

Director de Ventas e Inbound Marketing

- Gerente de Ventas
 - Representantes de Ventas
 - Asistente de Ventas
- Especialista en Marketing
 - Especialista en Marketing Digital
 - Especialista en Redes Sociales
 - Analista de Marketing
- Ventas
 - Jefe de ventas
 - Equipo de Ventas

6.7 IMPLEMENTAR CAMPAÑAS DE INBOUND MARKETING: METODOLOGIA

6.7.1 BUYER PERSONA



6.7.2 BUYER'S JOURNEY

Como proveedores de cursos y capacitaciones en odontología, nuestro Buyer's Journey se encuentra definido.

Este viaje se puede dividir en tres etapas principales:

Conciencia:

En esta etapa la empresa necesita actualizar sus conocimientos o adquirir nuevas habilidades, la búsqueda en línea, a través de colegas y capacitaciones. La evaluación de varios cursos mediante precios, duración, contenido etc.

Consideración:

La comparación de diferentes cursos empieza a valorar los beneficios y desventajas de cada uno, el enfoque en información mas efectiva sobre los cursos, el temario, los docentes, etc. La comparación con otros centros de capacitación para buscar ventajas competitivas a mejores precios.

Decisión:

Los odontólogos evalúan factores relevantes y toma una decisión final sobre qué curso comprar, realizando la compra del curso, seguido de una buena experiencia de aprendizaje y un servicio al cliente.

6.7.3 SALES PROCESS

En la etapa de Sales Process tenemos una secuencia estructurada de pasos que sigue la empresa para convertir a un potencial cliente en un cliente real. Se divide en las etapas:

- Prospección:

La empresa identifica a nuestros clientes potenciales de manera precisa. Utilizamos varios métodos de prospección, como la compra mediante correo electrónico, generar de leads a través de diferentes tipos de campañas.

- Calificación:

Determinamos a nuestros clientes potenciales mediante segmentaciones. Utilizando un proceso de calificación de leads para determinar si los clientes potenciales se encuentra apto al presupuesto y decidido a tomar nuestros cursos.

- Presentación:

Presentamos nuestros cursos o diplomados a nuestros clientes potenciales. Utilizando ventas, contenido atractivo de los cursos para mostrar al cliente potencial, mostrando la calidad del servicio.

- Negociación:

Negociamos el precio y los requisitos con el cliente potencial. Negociamos para llegar a un acuerdo que sea beneficioso tanto para la empresa como para el cliente potencial.

- Cierre

Cerramos la venta con el trato acordado con nuestro cliente potencial. Nos aseguramos que el cliente obtenga la información que necesita para tomar una decisión de compra.

6.8 TECNICA DE LLUVIA DE IDEAS PARA PROMOCIONES

Descuentos:

Ofrecemos varios descuentos en nuestros cursos y diplomados, ofrecemos descuentos para los primeros inscritos y exalumnos.

Regalos:

Regalamos libros y materiales en las redes sociales con los clientes participantes. Damos regalos de bienvenida al iniciar los cursos.

Ofertas especiales:

Tenemos ofertas especiales por tiempo limitado y primeros cupos al acceder a los cursos.

Programas de fidelización:

Crear un programa de fidelización que recompensen a todos los participantes que hayan pasado por nuestra institución.

Concursos y sorteos:

Realizamos sorteos de medias becas mediante las redes sociales. Promocionando los cursos y sorteando mediante un canal.

6.9 TECNICA LLUVIA DE IDEAS PARA CONTENIDO

Redes sociales:

Al compartir contenido atractivo provocamos el interés en nuestro público objetivo. Interactuar mediante preguntas y encuestas con nuestros seguidores en las redes sociales. A la vez utilizar las redes sociales para la promoción de nuestros cursos.

Vídeos:

La creación de vídeos explicando sobre nuestros cursos y diplomados, así logramos compartir vídeos en las redes sociales.

Testimonios:

Generar testimonios que permitan conocer los pensamientos de nuestros cursos y generar confianza entre nuestro público.

6.10 PLAN DE CONTENIDOS

Visibilidad: Aumentar la visibilidad de nuestra marca y llegar a un público más amplio.

Posicionamiento: Consolidarse como autoridad en el sector odontológico.

Generación de leads: Atraer a potenciales clientes interesados en los cursos y diplomados.

Fidelización: Fortalecer la relación con los alumnos actuales y antiguos.

Construcción de comunidad: Crear una comunidad de profesionales de la odontología.

METODO

Crear contenido relevante, interesante y bien presentado sobre la odontología.
 Publicar contenido de forma recurrente para mantener a la audiencia enganchada.
 Responder comentarios y mensajes de los seguidores.
 Utilizar varios formatos de contenido (videos, infografías, artículos, etc.).
 La Medición de rendimiento del contenido y ajustar la estrategia en función de los resultados.

6.10 CRONOGRAMA DE ANUNCIOS

Campaña	Plataforma	Fechas	Público Objetivo	Creativos
Curso de Ortodoncia Avanzada	Facebook, Instagram	15/09/2023 - 30/09/2023	Odontólogos con experiencia	Videos testimoniales, imágenes de antes y después
Diplomado en Estética Dental	Google Ads	01/10/2023 - 31/10/2023	Personas interesadas en blanqueamiento dental	Anuncios de texto, display

Fuente: Elaboración Propia

Mes	Plataforma	Tipo de anuncio	Contenido	Objetivo
Enero	Facebook, Instagram	Imagen estática	Promoción de inscripción temprana con descuento	Generar inscripciones tempranas
Febrero	LinkedIn	Vídeo testimonial	Alumno hablando sobre su experiencia en CPO Ecuador	Posicionar como líder en educación odontológica
Marzo	Google Ads	Anuncio de texto	"Cursos de ortodoncia avanzada"	Captar usuarios que buscan cursos específicos
Abril	Instagram	Reels	Tutorial corto sobre una técnica odontológica	Aumentar el engagement y mostrar expertise

Fuente: Elaboración Propia

Mayo	Facebook	Carrusel de imágenes	Diferentes especialidades y cursos disponibles	Mostrar la variedad de la oferta educativa
Junio	LinkedIn	Artículo patrocinado	Tendencias en odontología estética	Posicionarse como autoridad en el sector
Julio	Instagram Stories	Encuesta interactiva	"¿Cuál es tu especialidad odontológica?"	Interactuar con la audiencia y conocer sus intereses
Agosto	Facebook	Live	Charla con un experto en implantología	Generar leads y posicionarse como referente
Septiembre	Google Ads	Anuncio de display	Banner con oferta especial para nuevos alumnos	Captar nuevos clientes

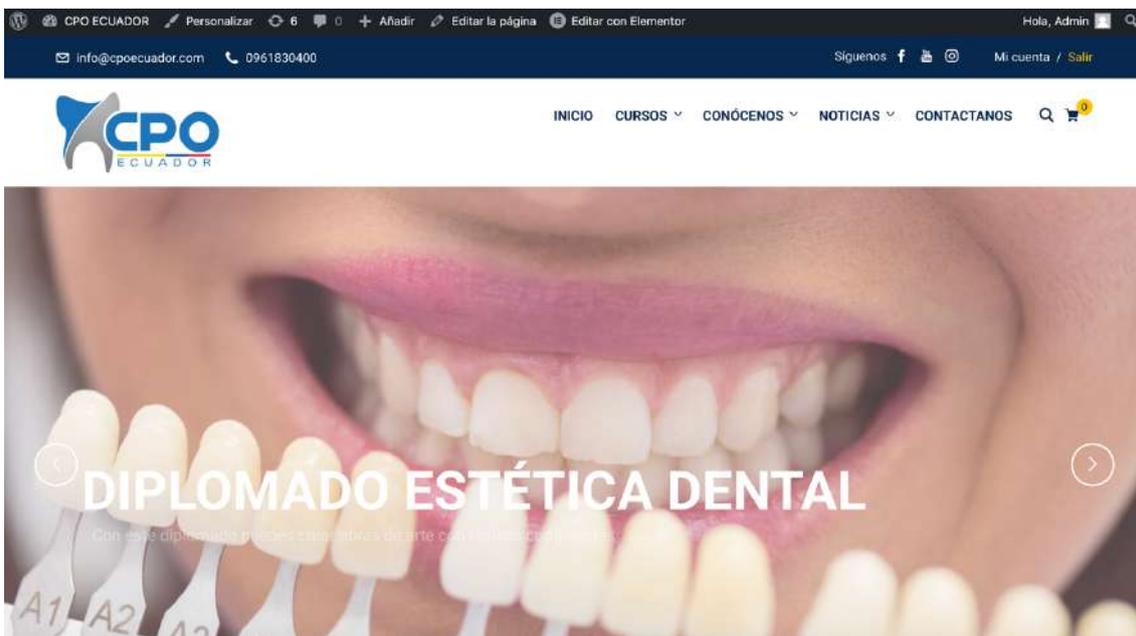
Fuente: Elaboración Propia

Octubre	Instagram	Sorteo	Sortear un curso gratuito	Aumentar el número de seguidores y generar engagement
Noviembre	LinkedIn	Publicación patrocinada	Casos clínicos exitosos de alumnos	Demostrar la efectividad de los cursos
Diciembre	Todas	Mensaje de fin de año y agradecimiento	Desear felices fiestas y promover los cursos para el próximo año	Fortalecer la relación con la comunidad

Fuente: Elaboración Propia

- **CAPÍTULO VII: PROCESO TÉCNICO LOGÍSTICO E IMPLEMENTACIÓN DE TODO EL ECOSISTEMA DIGITAL**

7.1 PRESENTACION SITIOS WEN ACTUALES: SITIO WEB CON WORDPRESS, PERFIL DE NEGOCIO

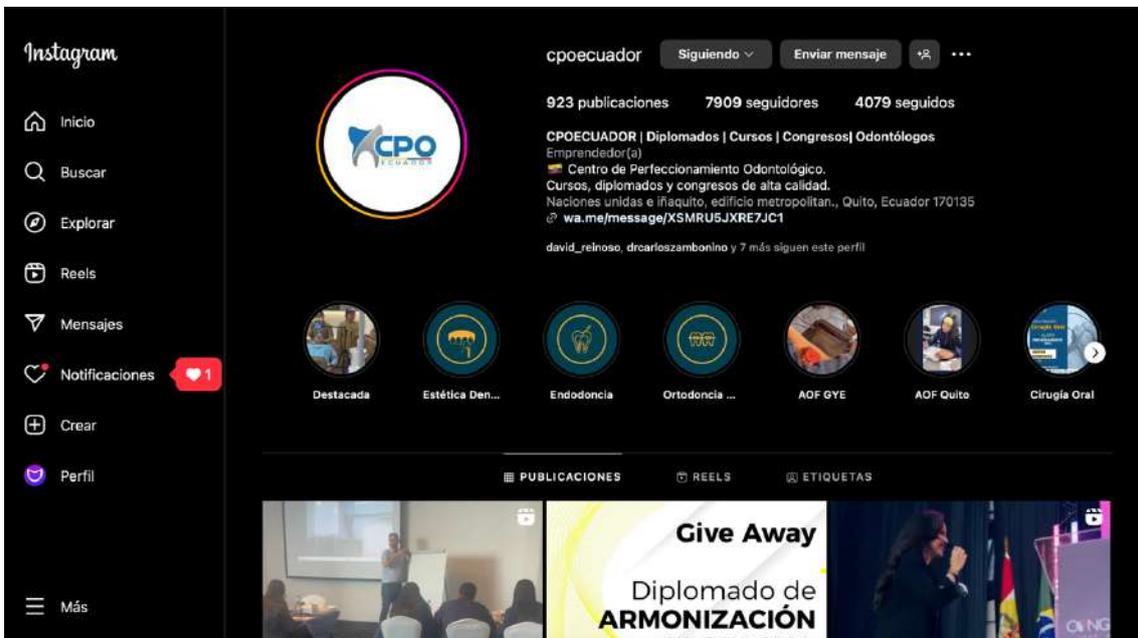


7.2 PRESENTACION E INTEGRACION DE TODAS LAS REDES SOCIALES

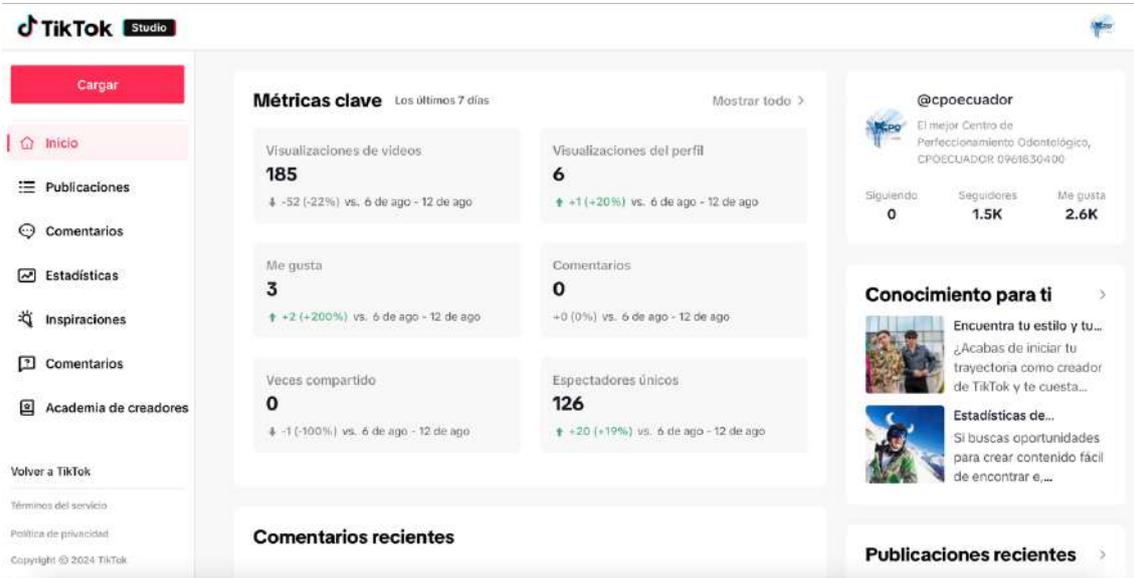
FACEBOOK



INSTAGRAM



TIKTOK



TikTok Studio

Cargar

- Inicio
- Publicaciones
- Comentarios
- Estadísticas
- Inspiraciones
- Comentarios
- Academia de creadores

Volver a TikTok

Términos del servicio
Política de privacidad
Copyright © 2024 TikTok

Métricas clave

Los últimos 7 días Mostrar todo >

Visualizaciones de videos 185 ↓ -52 (-22%) vs. 6 de ago - 12 de ago	Visualizaciones del perfil 6 ↑ +1 (+20%) vs. 6 de ago - 12 de ago
Me gusta 3 ↑ +2 (+200%) vs. 6 de ago - 12 de ago	Comentarios 0 +0 (0%) vs. 6 de ago - 12 de ago
Veces compartido 0 ↓ -1 (-100%) vs. 6 de ago - 12 de ago	Espectadores únicos 126 ↑ +20 (+19%) vs. 6 de ago - 12 de ago

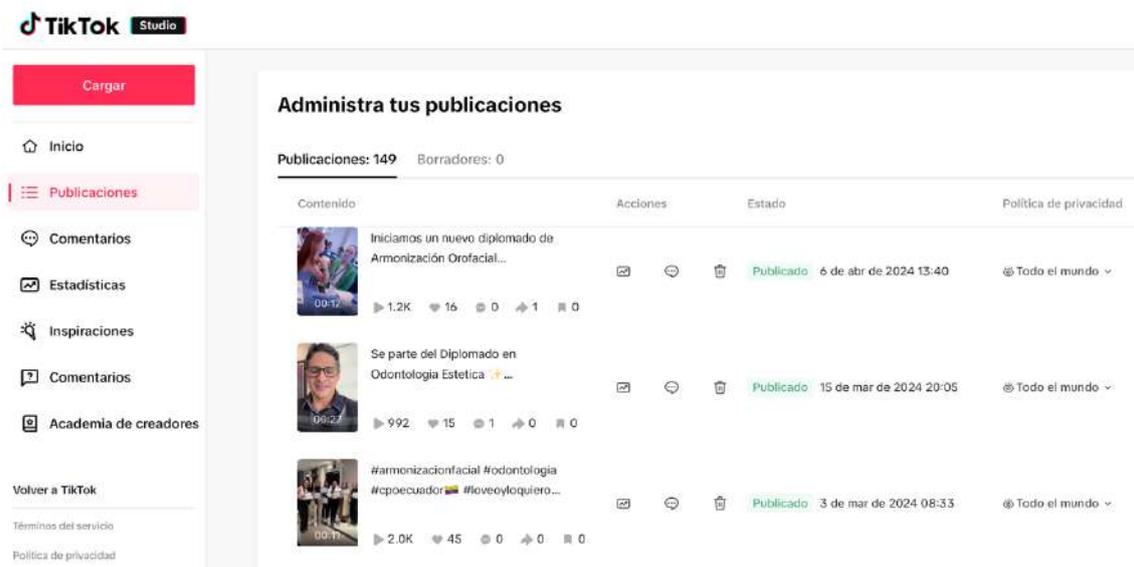
@cpoecuador
El mejor Centro de Perfeccionamiento Odontológico, CPOEcuador 0961830400

Seguindo **0** Seguidores **1.5K** Me gusta **2.6K**

Conocimiento para ti

- Encuentra tu estilo y tu...
¿Acabas de iniciar tu trayectoria como creador de TikTok y te cuesta...
- Estadísticas de...
Si buscas oportunidades para crear contenido fácil de encontrar e...

Publicaciones recientes



TikTok Studio

Cargar

- Inicio
- Publicaciones
- Comentarios
- Estadísticas
- Inspiraciones
- Comentarios
- Academia de creadores

Volver a TikTok

Términos del servicio
Política de privacidad

Administra tus publicaciones

Publicaciones: 149 Borradores: 0

Contenido	Acciones	Estado	Política de privacidad
 Iniciamos un nuevo diplomado de Armonización Orofacial... ▶ 1.2K ♥ 16 🗨 0 ➡ 1 📌 0	  	Publicado 6 de abr de 2024 13:40	🌐 Todo el mundo ▾
 Se parte del Diplomado en Odontología Estética...	  	Publicado 15 de mar de 2024 20:05	🌐 Todo el mundo ▾
 #armonizacionfacial #odontologia #cpoecuador #loveoyloquiero...	  	Publicado 3 de mar de 2024 08:33	🌐 Todo el mundo ▾

7.3 VENTAJA COMPETITIVA DE LA PRESENCIA EN INTERNET

La presencia en línea de CPOEcuador puede convertirse en un poderoso diferenciador y una fuente de ventaja competitiva en un mercado cada vez más digitalizado como el de la educación continua en odontología.

Visibilidad y Alcance Global:

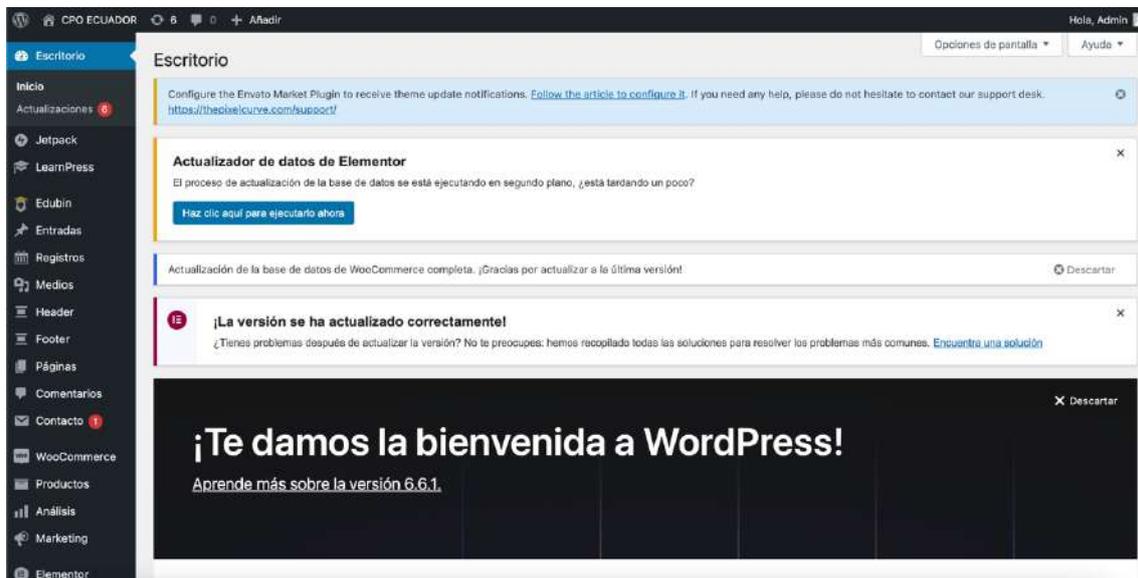
Amplia audiencia: Al tener una presencia en línea, CPOEcuador llega a un público mucho más amplio, tanto a nivel nacional como internacional, superando las limitaciones geográficas.

Posicionamiento en buscadores: A través de estrategias de SEO, CPOEcuador se posiciona en los primeros resultados de búsqueda de términos relacionados con "diplomados de odontología en Ecuador", "educación continua odontológica", etc., aumentando su visibilidad.

Redes sociales: Las redes sociales permiten a CPOEcuador interactuar con su audiencia, responder preguntas, compartir contenido relevante y generar una comunidad de profesionales de la odontología.

7.4 TIENDA ONLINE

7.4.1 CREACION DE LA TIENDA ONLINE

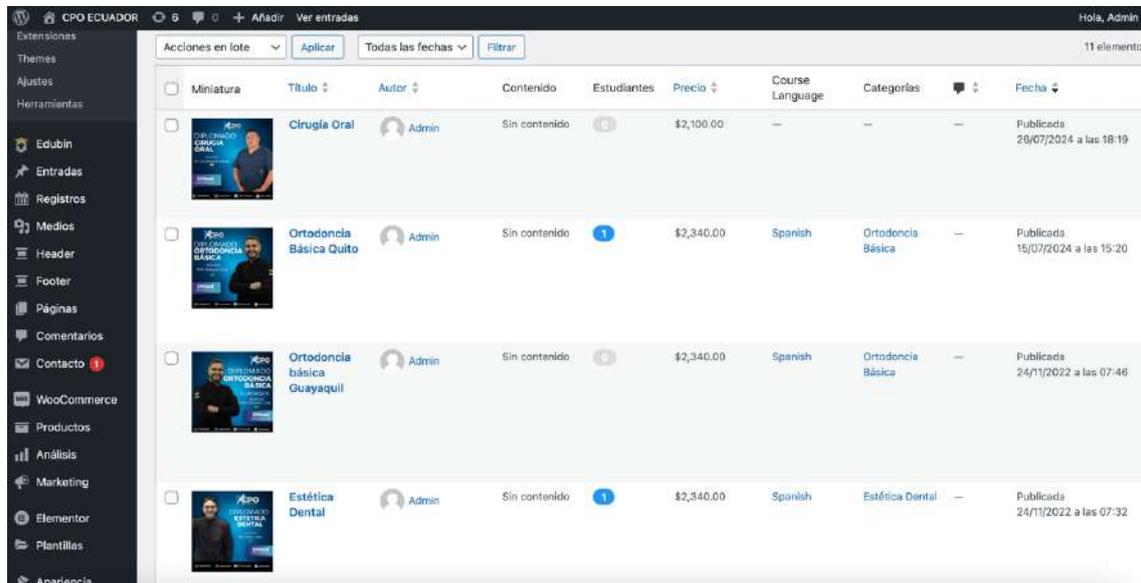


The screenshot shows the WordPress dashboard interface. The top navigation bar includes the site name 'CPO ECUADOR', a user profile 'Hola, Admin', and utility links like 'Opciones de pantalla' and 'Ayuda'. The left sidebar contains a menu with categories such as 'Inicio', 'Actualizaciones', 'Jetpack', 'LearnPress', 'Edubin', 'Entradas', 'Registros', 'Medios', 'Header', 'Footer', 'Páginas', 'Comentarios', 'Contacto', 'WooCommerce', 'Productos', 'Análisis', 'Marketing', and 'Elementor'. The main content area displays several notification boxes: a blue box for configuring the Envato Market Plugin, a white box for the Elementor data updater, a blue box for WooCommerce database updates, and a red box for a successful WordPress version update. At the bottom, a large dark banner reads '¡Te damos la bienvenida a WordPress!' and 'Aprende más sobre la versión 6.6.1'.

7.4.2 DISEÑO DEL SITIO



7.4.3 DATOS BASICOS DE LA TIENDA VIRTUAL



7.4.4 CATALOGO DE PRODUCTOS Y BENEFICIOS



[INICIO](#)
[CURSOS](#)
[CONÓCENOS](#)
[NOTICIAS](#)
[CONTACTANOS](#)

1
2 >

			
<p>Admin</p> <p>Armonización Facial Guayaquil</p>	<p>Admin</p> <p>Armonización Facial Quito</p>	<p>Admin</p> <p>Cirugía Oral</p>	<p>Admin</p> <p>Endodoncia</p>
<p>\$2,340.00</p>	<p>\$2,340.00</p>	<p>\$2,100.00</p>	<p>\$2,700.00</p>

CPO ECUADOR
Hola, Admin

- Questionarios
- Language
- Preguntas
- Pedidos
- Categorías
- Etiquetas
- Estadísticas
- Extensiones
- Themes
- Ajustes
- Herramientas
- Edubin
- Entradas
- Registros
- Medios
- Header
- Footer
- Páginas
- Comentarios
- Contacto
- WooCommerce

Armonización Facial Guayaquil

Enlace permanente: <https://cpecuador.com/courses/armonizacion-facial-guayaquil/>

Visual HTML

Añadir medios

P
á
r
a
f
o
r
a
r
o
D
i
p
l
o
m
a
d
o
d
e
A
r
m
o
n
i
z
a
c
i
o
n
F
a
c
i
a
l
s
e
r
á
d
i
c
t
a
d
o
p
o
r
n
u
e
s
t
r
a
D
r
a
.
K
a
r
i
n
a
C
h
á
v
e
z
,
c
i
r
u
j
a
n
a
,
e
s
p
e
c
i
a
l
i
s
t
a
e
n
o
r
t
e
d
i
c
a
e
n
C
o
r
e
a
.

s
i
a
l
,
e
s
p
e
c
i
a
l
i
s
t
a
e
n
h
i
l
o
s
p
e
c
e
r
t
i
c
a
d
o
s
.

E
l
c
u
r
s
o
v
a
d
i
r
e
c
t
a
d
o
s
p
a
r
a
o
d
o
l
o
g
o
s
y
m
é
d
i
c
o
s
d
e
t
o
e
l
p
a
í
s
.

A
v
a
l
a
d
o
p
o
r
C
P
O
B
R
A
S
I
L
y
C
P
O
E
C
U
A
D
O
R
.

L
u
g
a
r
:
G
u
a
y
a
q
u
i
l
,
E
c
u
a
d
o
r
!

I
n
i
c
i
o
:
O
c
t
u
b
r
e
2
0
2
4

D
u
r
a
c
i
o
n
:
6
m
e
s
e
s
,
u
n
m
ó
d
u
l
o
p
o
r
m
e
s
,
s
á
b
a
d
o
y
d
o
m
i
n
g
o
.
(
A
l
g
u
n
m
ó
d
u
l
o
p
u
e
d
e
r
v
i
e
r
e
s
y
s
á
b
a
d
o
).

H
o
r
a
r
i
o
:
0
9
:
0
0
a
m
-
1
7
:
0
0
p
m

E
l
d
i
p
l
o
m
a
d
o
t
e
n
u
n
v
a
l
o
r
d
e
\$
3
9
0
p
o
r
m
ó
d
u
l
o
.

A
d
e
m
á
s
d
e
u
n
d
e
u
n
i
c
o
n
d
e
\$
1
0
0
.

I
n
c
l
u
y
e
M
a
n
d
i
y
v
a
r
i
o
s
m
a
t
e
r
i
a
l
e
s
.

C
o
f
f
e
a
c
h
e
n
a
e
n
l
a
m
a
n
a
y
e
n
l
a
t
a
r
d
e
.

T
e
g
u
s
t
a
r
i
a
i
n
s
c
r
i
b
i
r
e
?

P
u
e
d
e
s
e
p
a
r
a
r
t
u
c
u
p
o
c
o
n
l
o
c
o
n
l
o
.

Publicar

Vista previa de los cambios

Estado: Publicada [Editar](#)

Visibilidad: Pública [Editar](#)

Revisiones: 3 [Examinar](#)

Publicado el: 30 Ago 2021 a las 23:38 [Editar](#)

[Mover a la carpeta](#)
[Actualizar](#)

Course Language

Separate languages with commas

Spanish

[Choose from the most used languages](#)

Categorías de curso

Todas las categorías [Más utilizadas](#)

- Armonización Facial
- Endodoncia
- Endodoncia Mecanizada

7.4.5 PRECIOS


GUAYAQUIL
 PROFESORA
 Msc. Karina Chávez

\$2,340.00

Comprar Ahora

🕒 Duration : 120 hour

📊 Skill Level : Experto

📁 Category : Armonización Facial

🌐 Language : Spanish

🔒 Course Access : Lifetime

Share this course 

7.4.6 PALABRAS CLAVES

- CPOECUADOR
- ODONTOLOGIA
- CURSOS Y DIPLOMADOS
- CAPACITACIONES
- CURSOS ODONTOLOGICOS

7.4.7 CARRITO DE COMPRAS



[INICIO](#)
[CURSOS](#)
[CONÓCENOS](#)
[NOTICIAS](#)
[CONTACTANOS](#)



Conectado como **Admin.** [Cerrar sesión](#)

Nota para el administrador

Realizar El Pedido

Al completar tu compra, estás de acuerdo con los [Terminos y condiciones.](#)

Tu pedido

	Armonización Facial Guayaquil	\$2,340.00
Subtotal		\$2,340.00
Total		\$2,340.00

7.4.8 BOTON DE PAGOS

Payphone

Ingresar el valor a cobrar

Subtotal	\$0.00
Total	\$0.00

Referencia

Solo usar una vez

¿Cuántas veces puede ser utilizado?

Dejar en blanco, ingresar el valor cero o un número negativo para que el link no tenga restricciones.

¿Este link expira?

GENERAR LINK DE PAGO

Sus clientes le pueden pagar con un solo click



RUC: 1793212040001

MID: 4200009001

DIRECCIÓN: AV NACIONES UNIDAS E2 30 Y NUNEZ DE VELA

CIUDAD: QUITO

INGRESAR VENTA

<p>NOMBRE DEL CLIENTE *</p> <input style="width: 95%;" type="text"/>	<p>No.ORDEN</p> <input style="width: 40%;" type="text"/> <input style="width: 40%;" type="text"/>
<p>DESCRIPCIÓN *</p> <input style="width: 95%;" type="text"/>	<p>TIPO DE CRÉDITO *</p> <p>CORRIENTE ▼</p>
	<p>SUBTOTAL IVA 0 *</p> <input style="width: 95%;" type="text"/>
	<p>SUBTOTAL IVA 15 <small>Ingresar valor sin IVA</small> *</p> <input style="width: 95%;" type="text"/>

* Campos obligatorios

SUBTOTAL	\$ 0.00
IVA	\$ 0.00
TOTAL	\$ 0.00

Continuar



7.4.9 PRESENTACION DE LA TIENDA ONLINE EN LA WEB



CPO ECUADOR

INICIO CURSOS CONÓCENOS NOTICIAS CONTACTANOS

DIPLOMADO ORTODONCIA BÁSICA

Con este diplomado aprenderás sobre técnicas y avances en ortodoncia

Aplica ahora

- Diplomados
- Congresos
- Admisiones
- Noticias



CPO ECUADOR

INICIO CURSOS CONÓCENOS NOTICIAS CONTACTANOS

NUESTROS DIPLOMADOS Y CURSOS

DIPLOMADO CIRUGIA ORAL

PROFESOR Dr. Luis Fernando Naranjo

350usd (POR MODULO)

Cirugía Oral

Admin 14 0 0

DIPLOMADO ORTODONCIA BÁSICA

Ortodoncia Básica

PROFESOR PhP. Roberto Grec

390usd (POR MODULO)

Ortodoncia Básica Quito

Admin 1249 0 0

DIPLOMADO ORTODONCIA BÁSICA

Ortodoncia Básica

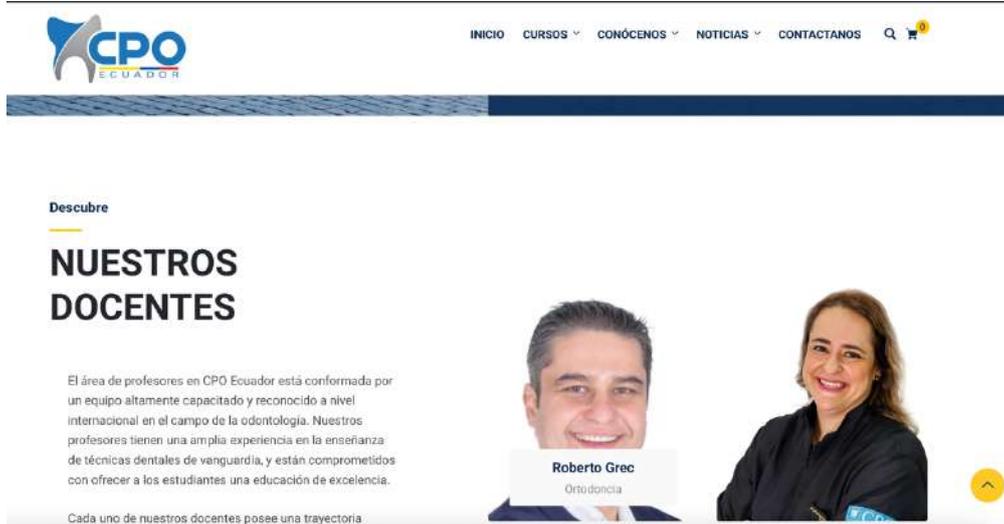
PROFESOR PhP. Roberto Grec

GUAYAQUIL

32.340.00 usd

Ortodoncia básica Guayaquil

Admin 1284 0 0



CPO ECUADOR

INICIO CURSOS CONÓCENOS NOTICIAS CONTACTANOS

Descubre

NUESTROS DOCENTES

El área de profesores en CPO Ecuador está conformada por un equipo altamente capacitado y reconocido a nivel internacional en el campo de la odontología. Nuestros profesores tienen una amplia experiencia en la enseñanza de técnicas dentales de vanguardia, y están comprometidos con ofrecer a los estudiantes una educación de excelencia.

Cada uno de nuestros docentes posee una trayectoria

Roberto Grec
Ortodoncia

7.4.10 PRESENTAR TRANSACCIONES REALES O SIMULADAS



Check out 09:50

Pagar a Medicidental

> \$ 349.00

Pagar con

VISA App

Información de tarjeta

Ingresar número de tarjeta

MM / AA CVV

Ingresar titular de tarjeta

Información del titular de tarjeta

Ingresar un correo electrónico

Número celular

Cédula de identidad

Número de identidad



CAPITULO VIII: PROCESO ESTUDIO FINANCIERO E INVERSION

8.1 GASTOS DE PROMOCION

CPOECUADOR														
Presupuesto por SIKU DÓLARES														
Responsable: Fabricio López														
BUDGET DOLARES														
Item	Descripción	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
1	ORTODONCIA (390)	8.580	8.580	8.580	8.580	8.580	8.580	8.580	9.360	9.360	9.360	9.360	9.360	107540
2	ESTETICA DENTAL (390)	7.800	7.800	7.800	7.800	7.800	7.800	7.800	7.800	7.800	7.800	7.800	7.800	93600
3	ORTOPEDIA FUNCIONAL (390)	6.240	6.240	6.240	6.240	6.240	6.240	6.240	7.020	7.020	7.020	7.020	7.020	79560
														0
														280800
														0
TOTAL		\$ 22.620,00	\$ 24.180,00	\$ 280.800,00										
	PROMOCIÓN (5% DEL BUDGE)	\$ 1.131,00	\$ 1.131,00	\$ 1.131,00	\$ 1.131,00	\$ 1.131,00	\$ 1.131,00	\$ 1.209,00	\$ 1.209,00	\$ 1.209,00	\$ 1.209,00	\$ 1.209,00	\$ 1.209,00	\$ 14.040,00

8.2 ASIGNACION DE PRESUPUESTO MENSUAL Y ANUAL

CPOECUADOR						
Presupuesto por SKU DÓLARES						
Responsable: Fabricio López						
BUDGET DOLARES						
Item	Descripción	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY
1	ORTODONCIA (390)	8.580	8.580	8.580	8.580	8.580
2	ESTETICA DENTAL (390)	7.800	7.800	7.800	7.800	7.800
3	ORTOPEDIA FUNCIONAL (390)	6.240	6.240	6.240	6.240	6.240
TOTAL		\$ 22.620,00				
PROMOCIÓN (5% DEL BUDGET)		\$ 1.131,00				
FACEBOOK ADS_TODAS REDES ADS		500	500	500	500	500
GOOGLE ADS		100	100	100	100	100
PLATAFORMAS DIGITALES		100	100	100	100	100
ASESOR COMERCIAL VIRTUAL		200	200	200	200	200
VÍDEO CONCURSO		15	15	15	15	15
ASESOR COMERCIALES		100	100	100	100	100
SITIO WEB (WORDPRESS DOMINIO)		15	15	15	15	15
PARTICIPACIONES EN CONGRESOS		100	100	100	100	100
TOTAL		1130	1130	1130	1130	1130

JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
8.580	9.360	9.360	9.360	9.360	9.360	9.360	107640
7.800	7.800	7.800	7.800	7.800	7.800	7.800	93600
6.240	7.020	7.020	7.020	7.020	7.020	7.020	79560
							0
							0
							280800
							0
\$ 22.620,00	\$ 24.180,00	\$ 280.800,00					
\$ 1.131,00	\$ 1.209,00	\$ 1.209,00	\$ 1.209,00	\$ 1.209,00	\$ 1.209,00	\$ 1.209,00	\$ 14.040,00
500	560	560	560	560	560	560	560
100	100	100	100	100	100	100	100
100	100	100	100	100	100	100	100
200	200	200	200	200	200	200	200
15	30	30	30	30	30	30	30
100	100	100	100	100	100	100	100
15	15	15	15	15	15	15	15
100	100	100	100	100	100	100	100
1130	1205	1205	1205	1205	1205	1205	1205

8.3 PLAN DE INVERSION EN PLATAFORMAS DIGITALES

La idea principal es incrementar el retorno de la inversión (ROI) dentro del marketing digital aplicado a la empresa con la finalidad de cumplir el presupuesto anual.

Iniciamos con la estrategia una vez identificado los objetivos de la empresa, buscando incrementar las ventas en línea en un porcentaje del 20%.

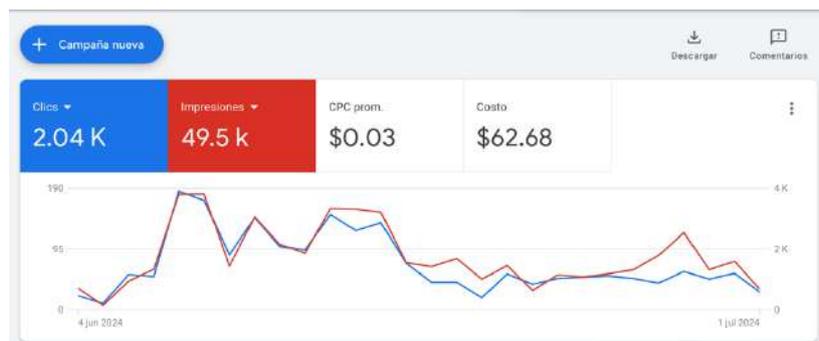
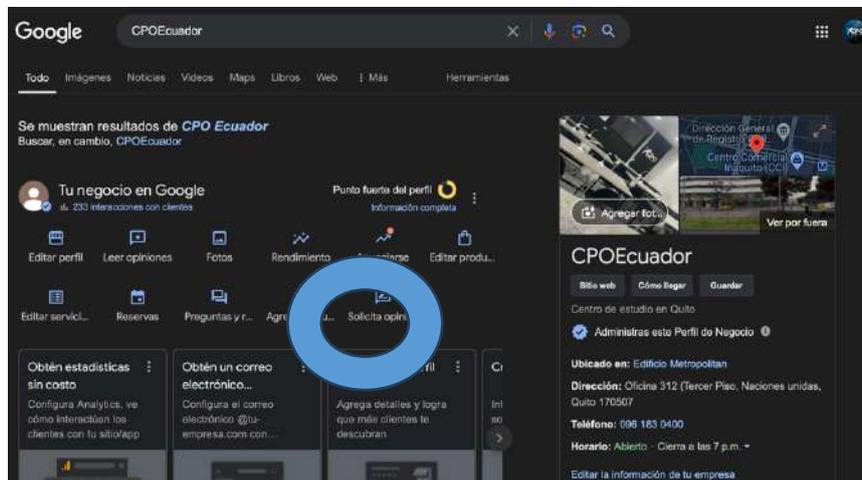
Aumentar el tráfico en nuestro sitio web en un 80% una vez culminada la plataforma dentro de un periodo de 6 a 12 meses.

Buscamos generar 100 leads por mes mediante la implementación de las distintas estrategias, enfocandonos en plataformas como: facebook, instagram, tiktok, google ads.

Descripción	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DEC	TOTAL
PROMOCIÓN (5% DEL BUDGET)	\$ 1.131,00	\$ 1.131,00	\$ 1.131,00	\$ 1.131,00	\$ 1.131,00	\$ 1.131,00	\$ 1.131,00	\$ 1.209,00	\$ 1.209,00	\$ 1.209,00	\$ 1.209,00	\$ 1.209,00	\$ 14.040,00
FACEBOOK ADS - TODAS REDES ADS	500	500	500	500	500	500	500	560	560	560	560	560	560
GOOGLE ADS	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
PLATAFORMAS DIGITALES	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ASESOR COMERCIAL VIRTUAL	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
VIDEO CONCURSO	15	15	15	15	15	15	15	30	30	30	30	30	30
ASESOR COMERCIALES	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
SITIO WEB (WORDPRESS DOMINIO)	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
PARTICIPACIONES EN CONGRESOS	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	1.130	1.205	1.205	1.205	1.205	1.205	1205						

8.5 CAMPAÑAS PAGADAS #1 EN REDES SOCIALES PARA ADS

GOOGLE ADS



Campañas

Resumen del rendimiento de sus campañas

	Coste	Clics	CTR
Perfeccionamiento Odontológico	USD62.68	2,038	4.11%
CPROEQUADOR	USD0.00	0	0.00%

Todas las campañas < 1 / 1 >

G Guía para alcanzar el éxito con los anuncios

Agrega recursos para ayudar a los clientes potenciales a realizar acciones directamente en tus anuncios

Agrega recursos, como imágenes, botones de llamada, formularios de clientes potenciales y vínculos a páginas de sitios web, a tus anuncios para obtener más clics.



* Datos internos de Google a nivel global, periodo del 2 al 29 de abril de 2023

[Agregar más recursos](#)

Facturación

Saldo al 21 ago 2024

USD 37.53

Próximo pago automático

1 sept 2024

o cuando su saldo llegue a USD 200.00

Activa Se mostraron anuncios en las últimas 2 horas

4 de jun - 1 de jul de 2024

USD62.68 Inversión

<p>Impresiones</p> <p>49.5 k</p> <p><small>Con qué frecuencia se mostraron sus anuncios</small></p>	<p>Clics</p> <p>2.04 K</p> <p><small>Acciones en sus anuncios</small></p>	<p>Acciones locales</p> <p>0</p> <p><small>Acciones que muestran intención de visitar la...</small></p>	<p>Clics de llamada</p> <p>0</p> <p><small>Llamadas a su empresa</small></p>
--	--	--	---

[Ver detalles de rendimiento](#)

Informe de términos de búsqueda y temas de pal...

Términos de búsqueda	Clics	Inversión
cursos de odontología	3	USD1.71
cursos de odontologia	3	USD0.95
diplomado en odontolo...	1	USD0.75
cursos para odontología	1	USD0.57
curso de odontologia o...	1	USD0.46

[Editar](#)

Ubicación

📍 Sus anuncios se muestran en Guayas, Ambato, Quito y 3 más



[Editar](#)

Presupuesto y programación de anuncios

💰 Solo paga por los clics en su anuncio. En todo el mes, no pagará más que su máximo mensual.

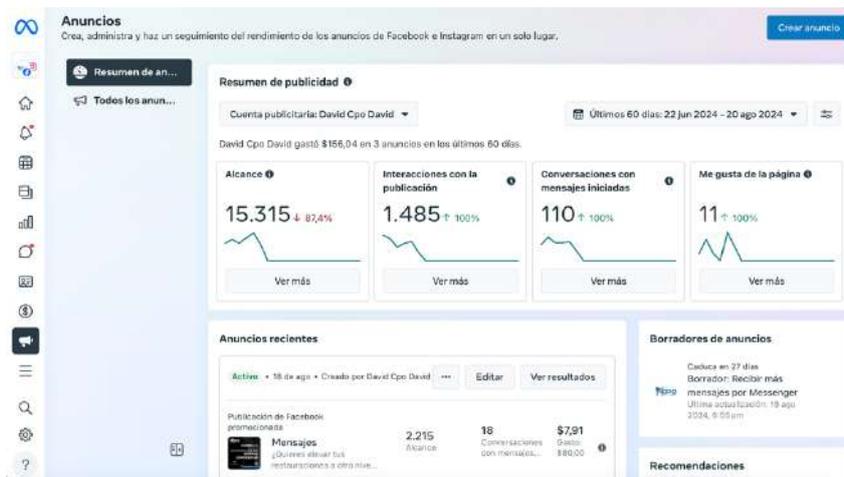
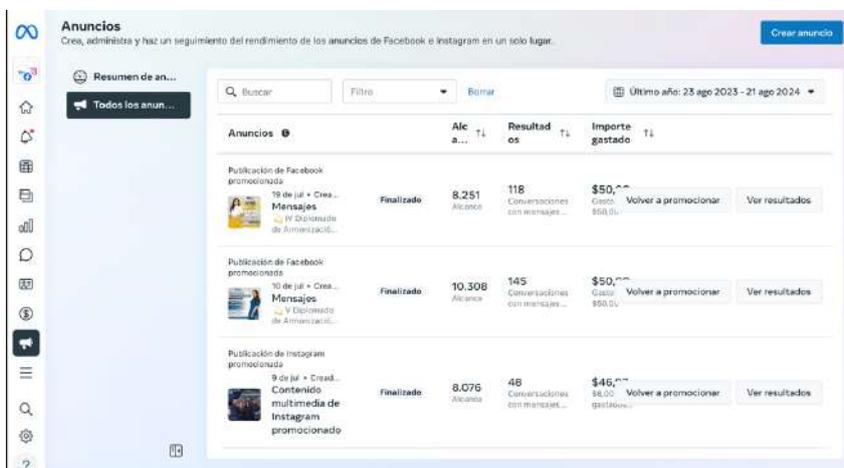
USD2.40 promedio diario

USD73 al mes como máximo

🕒 Se muestran sus anuncios **en cualquier momento**

[Editar](#)

FACEBOOK ADS

Anuncios
Crea, administra y haz un seguimiento del rendimiento de los anuncios de Facebook e Instagram en un solo lugar.

Anuncios	Alcance	Resultados	Importe gastado
Publicación de Facebook promocionada 19 de jul • Crea... Mensajes (¿Quieres elevar tus restauraciones a otro nivel...)	Finalizado 8.251 Alcance	118 Conversaciones con mensajes...	\$50,00 Costo: \$58,00
Publicación de Facebook promocionada 10 de jul • Crea... Mensajes (¿Quieres elevar tus restauraciones a otro nivel...)	Finalizado 10.308 Alcance	145 Conversaciones con mensajes...	\$50,00 Costo: \$58,00
Publicación de Instagram promocionada 9 de jul • Crea... Contenido multimedia de Instagram promocionado	Finalizado 8.076 Alcance	48 Conversaciones con mensajes...	\$46,00 Costo: \$46,00

Tu resumen de la semana pasada

Dedica un momento a revisar la actividad y las estadísticas de CPO Ecuador del 11 de ago - 17 de ago.



Ver resultados Volver a promocionar Promocionar otro contenido ... X

Rendimiento
\$50,00 gastados en 30 días:

Conversaciones con mensajes iniciadas
118

Alcance
8.251

Costo por: Conversación con...
\$0,42

Actividad
Interacciones con la publicación: 852
Clics en el enlace: 188
Conversaciones con mensajes iniciadas: 118
Reacciones a publicaciones: 74

[Ver todo](#)

[Ver posibles clientes](#)

Calificación del anuncio

¿Estás satisfecho con este anuncio?

Detalles

Estado: **Finalizado**

Objetivo: **Recibir más mensajes**

Presupuesto total: **\$50,00**

Duración: **30 días**

[Ver todo](#)

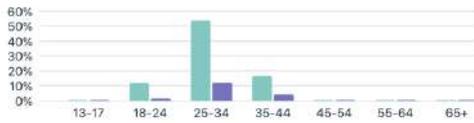
Vista previa

Ver resultados Volver a promocionar Promocionar otro contenido ... X

Público

Este anuncio llegó a 8.251 personas de tu público.

Personas Ubicaciones Lugares



Características del público

Lugar: Ecuador: Cuenca (+40 km) Azuay Province; Machala (+40 km) El Oro Province; Guayaquil (+40 km), Milagro (+40 km) Guayas Province; Babahoyo (+40 km), Quevedo (+40 km) Los Rios Province

Edad: 18 - 40

[Editar público](#)

[Ver todo](#)

Vista previa

IV Diplomado de Armonización Orofacial Domina las técnicas más avanzadas dentro de la Armonización Orofacial Prepárate con nuestra Master en Armonización Orofacial la...

[Ver anuncio](#) [Editar anuncio](#)

Método de pago

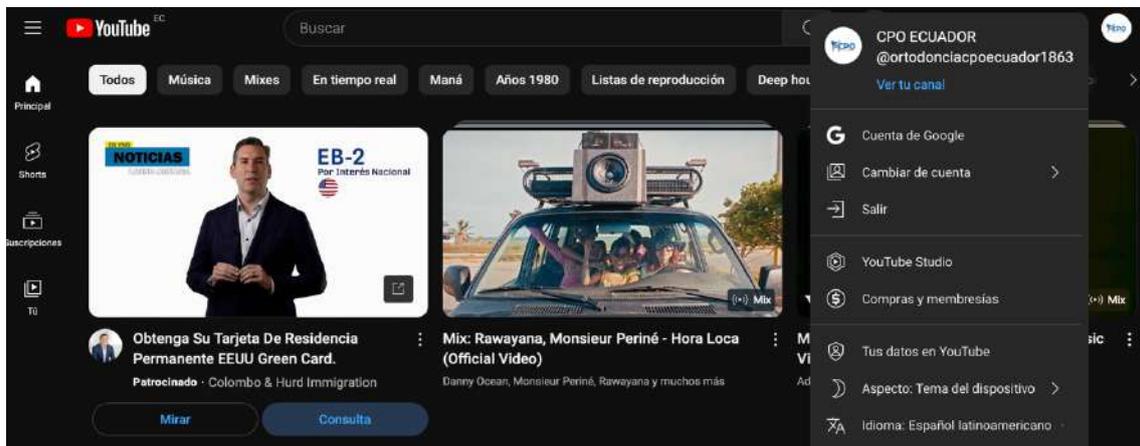
Visa Visa - 8000 [Cambiar](#)

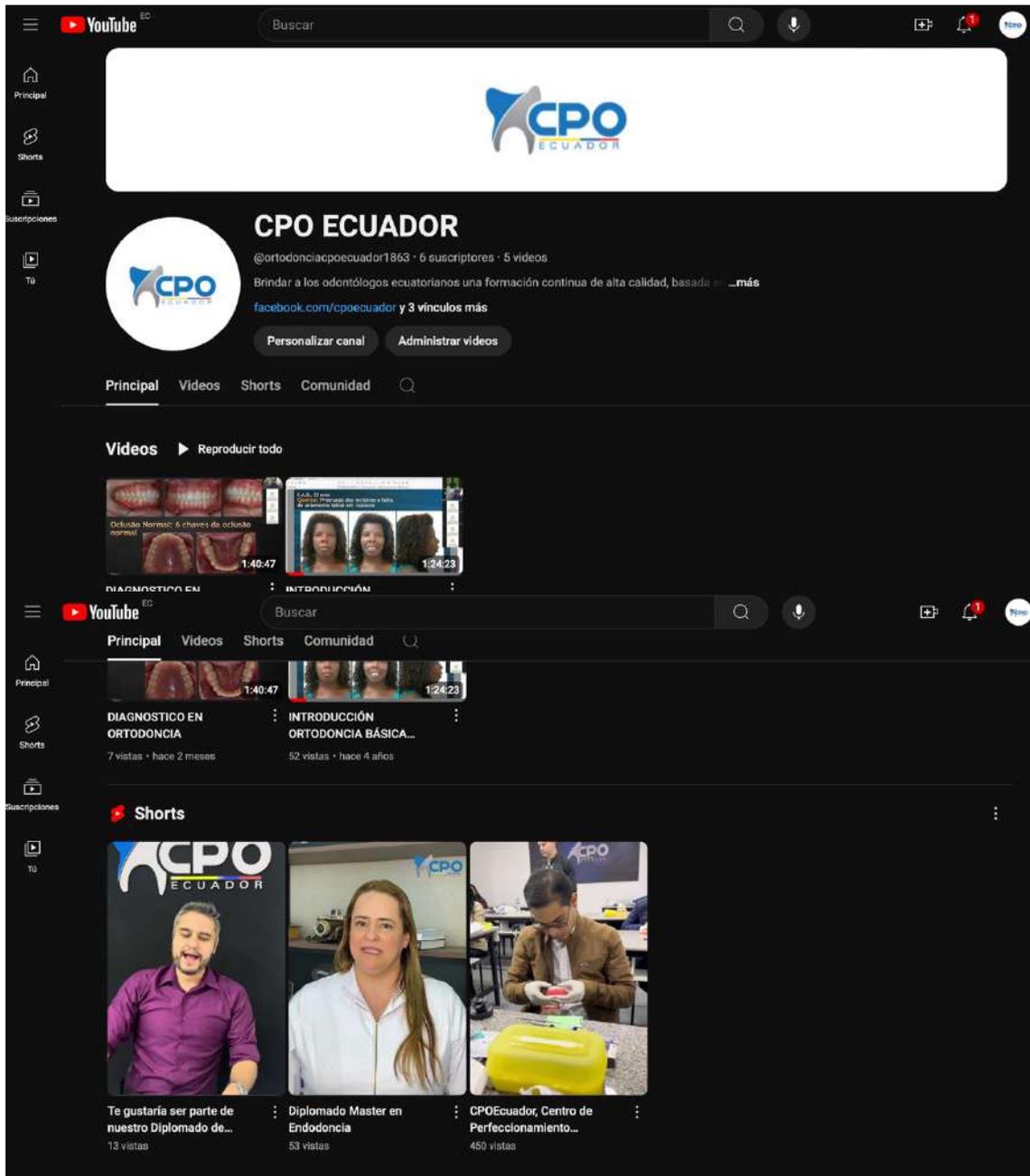
Realizaremos el cargo en un método de pago secundario si hay algún problema con este.

Importe gastado

Importe total: **\$50,00**

YOUTUBE





CAPITULO IX: PROCESO INTEGRACION DE LA TIENDA ONLINE, EVALUACION DE CAMPAÑAS

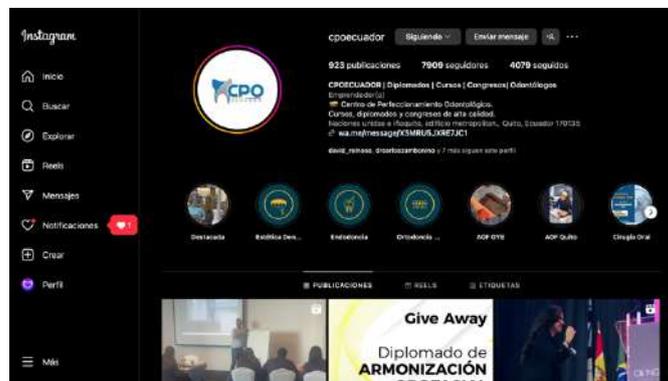
9.1 RESUMEN DE LINKS DE TODO EL ECOSISTEMA DIGITAL: SITIO WEB+TIENDA EN LINEA, MAPS, LP, RRS FANPAGE, INSTAGRAM, TIKTOK, CANAL YOUTUBE

FACEBOOK



https://www.facebook.com/profile.php?id=100039988214495&locale=es_LA

INSTAGRAM



<https://www.instagram.com/cpoecuador/>

TIKTOK



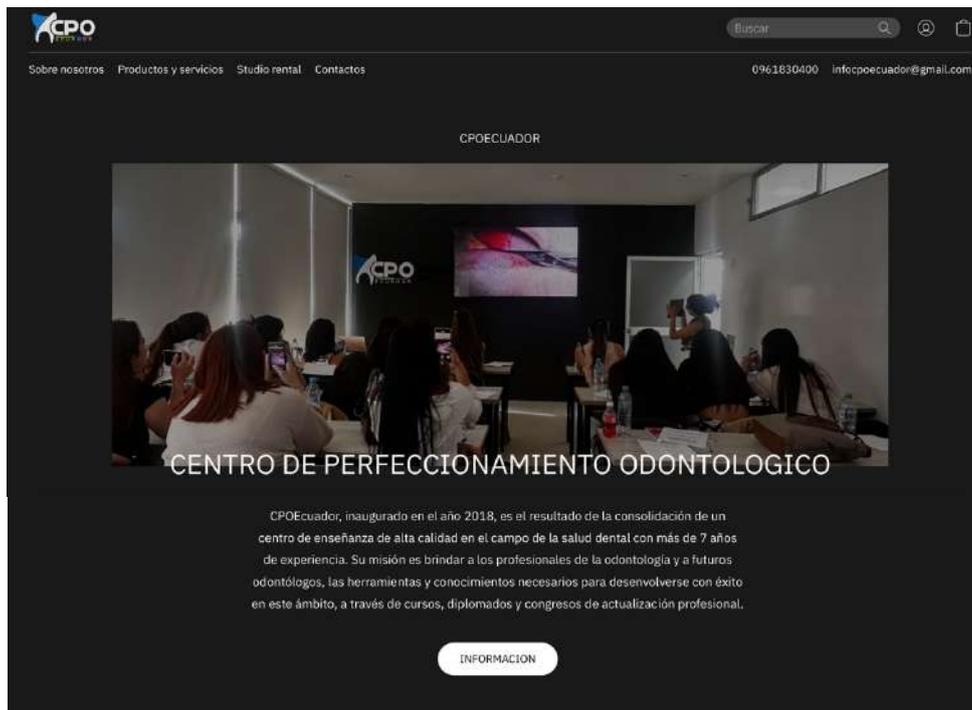
<https://www.tiktok.com/@cpoecuador>

YOUTUBE



<https://www.youtube.com/@ortodonciapoecuador1863>

SITIO WEB



DIPLOMADOS



Diplomado Ortopedia Funcional de los
Maxilares
\$2.340,00

[Compre ahora](#)



Diplomado Armonización Orofacial
\$2.340,00

[Compre ahora](#)



Diplomado Estética Dental
\$2.340,00

[Compre ahora](#)

CPOECUADOR

CENTRO DE PERFECCIONA- MIENTO ODONTOLÓGICO

[Comenzar](#)

Ofrecemos una amplia gama de diplomados diseñados para cubrir las necesidades específicas de cada odontólogo. Ya sea que quieras profundizar en ortodoncia, estética dental o cualquier otra área, encontrarás un programa que se adapta a tus objetivos profesionales.

El equipo docente de CPOEcuador está conformado por profesionales de alto nivel, con amplia experiencia clínica y académica. Esto garantiza que recibirás una formación de calidad y basada en las últimas evidencias científicas.

Dirección

Quito
Edificio Metropolitan

Todos los días de 09:00 a 18:00

Naciones Unidas e Inaquito

0961830400

infocpoecuador@gmail.com



Todos los derechos reservados. @MONUMENTO

Notificar uso indebido

Realizado por Equivid de Lightspeed

https://cpoecuadore.company.site/?lang=es_MX&from_admin&vertical=services

9.2 ROI DIGITAL: CONCEPTO Y ANALISIS

El ROI (Return On Investment) en redes sociales se conoce a la ganancia neta obtenida mediante inversiones realizadas en estrategias de marketing en estas plataformas.

Para su calculo utilizamos la siguiente fórmula:

$$\text{ROI} = (\text{Ganancia neta}) / (\text{Inversión})$$

Ganancia neta: Se refiere a los beneficios obtenidos, como ventas, leads generados o conversiones.

Inversión: Representa el costo total de las campañas en redes sociales, incluyendo el presupuesto destinado a Meta Ads y Google Ads.

Meta Business:

Inversión: \$500 USD

Objetivo: Aumentar el alcance de la marca, generar leads y conversiones.

Estrategias:

Segmentación: Dirigir anuncios a un público objetivo en base a los intereses, datos demográficos, etc.

Remarketing: Impactar a usuarios que ya han interactuado con la marca en el pasado.

Contenido atractivo: Publicar contenido de alta calidad que resulte atractivo para llegar a clientes potenciales.

Google Ads:

Inversión: \$100 USD

Objetivo: Atraer tráfico web y generar leads calificados.

Estrategias:

Búsqueda: Mostrar anuncios a clientes que buscan palabras clave relacionadas con cursos odontológicos.

Campañas Geográficas: Mostrar anuncios gráficos en sitios web relevantes para el público objetivo.

Vídeo: Promocionar videos informativos en YouTube y otras plataformas.

Actualización en conocimientos:

La odontología es una disciplina en evolución constante, así los diplomados garantizan a nuestros profesionales estar al tanto de los últimos avances científicos y últimos avances tecnológicos.

Al aumentar sus conocimientos, los odontólogos pueden ejercer su profesión con mayor seguridad y confianza, lo cual brinda un mejor tratamiento.

Desarrollo profesional:

Estas capacitaciones tienen espacio para el intercambio de experiencias entre colegas y el establecimiento de contactos profesionales.

Con la participación los odontólogos pueden tener nuevas oportunidades laborales o de especialización.

Retorno económico:

Una vez mejorada sus habilidades y conocimientos, los odontólogos pueden aumentar sus tarifas, lo que se traduce en un mayor retorno económico.

A pesar que el diplomado pueda tener un costo elevado, los beneficios económicos a largo plazo suelen superar la inversión inicial.

• REFERENCIAS BIOGRAFICAS

Heredero, C., Blanco, F. (2013). Los 100 errores del emprendimiento. ESIC Editorial.

Accesible en:

[https://books.google.com.ec/books/about/Los cien errores del emprendimiento.html?id=aBMWjMd7ExIC](https://books.google.com.ec/books/about/Los+cien+errores+del+emprendimiento.html?id=aBMWjMd7ExIC)

Acuña, F. (18 de 11 de 2021). *Marketing Odontologico Para Dentistas y Clinicas Dentales: Plan Paso a Paso*. <https://growmedical.org/blog/marketing-odontologico/#1> El marketing digital es la respuesta en la publicidad para un consultorio dental

Bermudez, P. (30 de 11 de 2019). Como Atraer Clientes Con Marketing Digital: <http://pedrobermudeztaavera.com/como-atraer-clientes-con-marketing-digital/>

Cadena, P., Rendón, R., Aguilar, J., Salinas, E., De la Cruz, F., & Sangerman, J. (2017). Métodos cuantitativos, metodos cualitativos o su combinación en la investigación: un. Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas, 8(7), 1603-1617. <https://www.redalyc.org/journal/2631/263153520009/html/>

Pursell, S. (2024). Manual de estrategias de marketing: definición, tipos y ejemplos.: <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-de-marketing>

Marketing para odontólogos: 12 puntos clave para atraer clientes. (s.f). <https://www.medesk.net/es/blog/marketing-para-odontologos/>

Ley de comercio electrónico , firmas electrónicas y mensajes de datos:

<https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/Ley-de-Comercio-Electronico-Firmas-y-Mensajes-de-Datos.pdf>



FIRMA
Fabricio Ramiro López Barba



FIRMA DOCENTE
MSc. DANILO SANTILLÁN

- ANEXOS

ANEXO 1. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA																			
NOMBRE DEL TRABAJO:	MARKETING Y VENTA DE CURSOS ODONTOLOGICOS																		
AUTOR:	Fabricio Ramiro Lopez Barba																		
TUTOR:	MSC. DANILO SANTILLAN																		
FECHA:																			
ACTIVIDADES	SEMANAS I CICLO								SEMANAS II CICLO								% VALORACIÓN	PRESUPUESTO	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16			
1. PROCESO: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	X																	16,66%	
2. PROCESO: CREATIVO		X	X															16,66%	
3. PROCESO: ESTRATÉGICO FINANCIERO				X	X	X	X	X										16,66%	
4. PROCESO: ESTRATÉGICO COMERCIAL									X	X	X	X						16,66%	
5. PROCESO : CIERRE DE VENTAS													X	X				16,66%	
6. PROCESO: LOGÍSTICA DE SALIDA Y RESULTADOS																X	X	16,66%	
TOTAL																		100%	(PRESUPUESTO TOTAL)

(Excel)



FIRMA
Fabricio Ramiro López Barba



FIRMA
MSC. DANILO SANTILLÁN

ANEXO 2. PRESUPUESTO

PRESUPUESTO																					
NOMBRE DEL TRABAJO: MARKETING Y VENTAS DE CURSOS ODONTOLOGICOS																					
AUTOR: Fabricio Ramiro Lopez Barba																					
TUTOR: MSC. DANILO SANTILLAN																					
FECHA:																					
RUBROS					GASTOS POR SEMANA																GASTO TOTAL
N°	DESCRIPCIÓN	CANT	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
1. HARDWARE																					
1.1																					
1.2																					
2. SOFTWARE																					
2.1																					
2.2																					
3. MATERIALES Y SUMINISTROS																					
3.1.																					



FIRMA



FIRMA
MSc. DANILO SANTILLÁN