**Plan de Marketing**

**Análisis FODA**

Fortalezas

* Variedad de vacunas para covid-19
* Permiso de adquisición y aplicación.
* Una de las pocas autorizadas para el manejo de vacunas para COVID-19.

Debilidades

* Tiempos de desabasto por alta demanda en todo el mundo.
* Largos periodos de espera para surtir stock.
* Estar condicionados a los lineamientos del gobierno.
* Posible sobre pedidos con tiempos muy largos de espera.

Oportunidades

* Poder abrir distintas ubicaciones en distintos estados del país ya que en todas partes es solicitado.
* Son necesarias para personas que necesitan salir del país por trabajo o cualquier otra razón.

Amenazas

* Susceptible a robos o extorsión por personas que quieran obtenerlas.
* Robo de mercancia delicada.

**Publico Objetivo**

Personas mayores de edad de cualquier genero que necesiten por razones de trabajo o de salud aplicarse alguna de las vacunas contra COVID-19 en México.

**Objetivos del plan de marketing**

* Proveer de vacunas contra COVID-19 a las personas de México.
* Importar de distintas farmacéuticas vacunas al país sin que tengan que salir del mismo para conseguirla.
* Brindar oportunidad de vacunarse sin apegarse a los tiempos de las vacunas que brinda el gobierno.
* Dar vacunas autorizadas y avaladas por el gobierno.
* Proveer de vacunas a todo México.

**Estrategia Para cumplir objetivos**

La estrategia de basará en dos puntos: en el producto y en la promoción. En lo que se refiere al primero, el producto es muy solicitado ahora por lo que será muy requerido por toda clase de publico, ya que se trata de algo de salud que agobia a todos y se necesita desesperadamente. El segundo punto se enfoca a la publicidad y relaciones publicas, ya que se cuenta con permisos necesarios para adquierir y distribuir vacunas contra COVID-19 se lanzará una campaña de nuestras variedades de productos y la forma de adquirirlo, incluidos los precios de cada producto, asi como brindar una forma sencilla de solicitar el producto, se iniciara su promoción por redes sociales y de boca a boca, un marketing natural, después se seguirá por radio y comerciales de televisión haciendo énfasis no en ser los mejores sino en brindar un buen producto que es de indole delicado y que es adquirido con los permisos y autorización del gobierno.