

Nombre de negocio: Derma Skin



1. Objetivos:

* Tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se vende.



* Identificar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea consumir el cliente.



* Identificar qué tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio.



* Identificar competencias en el mercado.



* Identificar el nivel de influencia del negocio y la zona que más adquiere el servicio.



1. Sector de referencia: Consultorio Médico Adyacente a Farmacia ( CEMAF)



1. Producto:

Venta de Medicamentos especializados en el cuidado de la piel y servicio médico dermatológico.



Análisis del entorno competitivo: Análisis de PORTER

1. Nuevos Entrantes:

El nivel de dificultad para que nuevos jugadores inicien sus propias operaciones cerca del establecimiento es alta ya que la inversión inicial es alta, hay lineamientos legales que se deben seguir para obtener los permisos adecuados y el negocio se ha mantenido en pie por más de diez años, la lealtad de los clientes y pacientes ha sido muy favorable a lo largo del tiempo. Al momento no hay amenazas de nuevos entrantes en la zona.

1. Proveedores:

La mayoría de las farmacias que existen por la zona o las más cercanas a DERMA SKIN son farmacias de medicamentos generales y la farmacia Derma Skin está especializada en el cuidado de la piel, los insumos de los productos no tienen ningún poder de negociación sobre la fijación de precios por este motivo; los proveedores de esta industria son relativamente débiles.

Los proveedores dan servicio en tiempo y forma, al tiempo que dan crédito para pagos del medicamento. Hay muchos proveedores que ofrecen el servicio pero los precios son los mismos y el beneficio en este momento es el crédito.

1. Clientes:

Los clientes en esta rama de la salud tienen de alguna manera se ven obligados a surtir sus recetas en la farmacia ya que no hay distribuidores cercanos, los márgenes de beneficio no se ven afectados ya que no hay proveedores de estos productos y la competencia de precios en muy baja.

1. Productos sustitutos:

Un gran número de sustitutos están disponibles en el mercado, pues hay muchos especialistas en la piel y marcas de belleza que contribuyen en esta rama de la salud.

Estas empresas se diferencian por marcas conocidas a nivel mundial, por el valor de marca y la disponibilidad de los productos que sustitutos que no se pueden impugnar. La única defensa que se tiene es la recomendación de nuestros clientes por el buen servicio y efectividad en los tratamientos.

1. Rivalidad Competitiva dentro de una Industria:

La cuota de mercado de otros competidores es demasiado baja para alentar ninguna guerra de precios. Actualmente en la zona no se encuentra este tipo de farmacia adyacente a consultorio médico que se especialice en la salud de la piel.



Tipos de clientes: Directo

La empresa vende directamente al consumidor final; el consumidor final es el cliente del negocio y los pacientes de dermatología que adquieren sus tratamientos directamente al salir del consultorio y la mayoría de los productos requieren receta médica para adquirirlos, de esta manera no hay clientes indirectos que consuman productos o servicios para otras personas.

En este caso en particular no hay clientes terciarios pero la empresa adquiere muchos productos para otorgar el servicio, por parte de la farmacia se consume:

* Productos de limpieza.
* Productos
* Luz y agua así como la renta del local.
* Agua purificada para el consumo de los trabajadores.
* Insumos de papelería como son cuadernos, plumas entre otros.
* Bolsas de plástico para los productos que se venden.

Por parte del consultorio se consume:

* Internet, telefonía y canales de televisión.
* Ambientadores.
* Productos de limpieza.
* Agua y Luz.
* Renta del lugar.
* Agua purificada.
* Insumos de papelería.

Nivel de influencia: Por recomendación

La recomendación se ha dado a través de los años con cada paciente, la mayoría de los clientes viven cerca del panteón de Mezquitan aunque hay personas que llegan de otros lados como por ejemplo de la colonia Ladrón de Guevara, colonia Belisario Domínguez siendo estas relativamente las más cercanas y de la zona Oblatos, San Juan Bosco, San Pedro Tlaquepaque y Tonalá siendo las más lejanas y todas las anteriores han sido por recomendación.