**Plan de Marketing**

Objetivo: Aumentar número de citas agendadas vía la página web de registro den un 30% en los próximos 2 meses.

Análisis de la competencia:

No existe competencia directa con referente al producto, puesto que Gobierno es el único autorizado en la distribución de las dosis de vacunación. Sin embargo, el mayor conflicto se debe a la falta de información que ha provocado que ciertos sectores de la población se nieguen a recibir la vacuna.

Público Objetivo:

Habitantes de México, mayores de 15 años que no hayan recibo ninguna dosis de la vacuna COVID-19.

Ventaja Competitiva:

Debido a previas campañas de vacunación, el país cuenta con personal capacitado y confiable para llevar a cabo esta nueva vacunación. Así mismo, al ser un único distribuidor es más sencillo llevar un control más preciso de las personas que hayan recibido su vacuna.

Producto:

Vacunación con dos dosis de la vacuna anti COVID-19

Registro de citas para vacunación COVID-19

Precio:

No hay costo monetario para los consumidores, pero el consumidor debe invertir 1 hora de su tiempo al momento de vacunarse:

Plaza: El registro se realiza a través de la página web. En la misma página se despliegan los diversos centro de vacunación disponibles al o largo de la República Mexicana. La campaña de vacunación comprende todo el territorio del país.

Promoción:

Capsulas informativas distribuidas en televisión y radio a fin de combatir la desinformación e incentivar a la población a vacunarse.

Campaña en redes sociales directamente con links hacia la página. Redes sociales a contemplar: Facebook para la población de mayor edad e Instagram para los mayores de 15 años.