

Nombre del alumno:

Jeyson Ericel Diaz Del Carpio

Nombre del profesor:

Lic. Magner Joel Herrera Ordoñez

Licenciatura:

Lic. En Enfermería 9 "A"

Materia:

Taller del emprendedor

PASIÓN POR EDUCAR

Nombre del trabajo:

Proyecto:

"Proyecto de emprendimiento contiuacion"

6.-ESTUDIO DEL MERCADO

6.1.-CONSUMIDORES

Esta empresa tiene como meta satisfacer las necesidades en el producto que desea adquirir con el propósito de que su salud mejore y prevenga de alguna enfermedad y con los precios accesibles.

6.2.-ANALISIS DE LA OFERTA

Según el resultado de la encuestas en lugares como hospitales, clínicas de salud, centros de salud, clínicas de laboratorio, zona central de la localidad son los que necesitan adquirir el producto debido a la cercanía del lugar donde lo van a utilizar, también es muy importante los horarios ya que se necesitan también los clientes comprar algún producto de noche es necesaria abrir farmacia las 24 hrs.

En la zona cabecera municipal de la localidad adquiere el producto más en las zonas de instituciones de salud ya que se necesita mucho de nuestros productos.

6.3.-ANALISIS DE LA DEMANDA

Según las encuestas los resultados fueron que el 34% se adquirieron productos del hospital, el 32% en la zona central, el 14% en centros de salud, el 10% en clínicas de laboratorio, el 6% en clínicas de salud y el 4% en otras instituciones particulares.

Debido a la situación que se está viviendo en el mundo el 46% de las personas compraron cubrebocas y desinfectantes, el 56% de medicamentos para problemas del sistema respiratorio.

6.4.-ESTRATEGIAS DE SERVICIO

Los medicamentos están divididos en medicamentos de genéricos y de patentes la cuales e cuestión económica uno es más costoso que el otro. El medicamento de patentes es más caro que el de genérico debido a que el medicamento de patente no sólo incluye los costos de producción, también contempla todo el trabajo de investigación realizado, desde el desarrollo de la nueva molécula, hasta los estudios preclínicos y clínicos que garantizan la eficacia y seguridad del nuevo medicamento.

6.5.-ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION

El producto le ofrece medicamentos de patentes y de genéricos la cual de seis productos le hacemos un descuento del 10% y en 10 productos el 15%, y hacemos promociones los días jueves en cada producto se descuenta el 5%.

Nuestros vendedores tienen la capacitación necesaria de poder desempeñarse de manera satisfactoria en el ámbito de nuestra empresa, tomando en cuenta en la persona de escasos recursos se les hace descuento especial.

6.6.-ESTRATEGIA DE VENTA DE SERVICIO

Nuestros vendedores tienen la capacitación necesaria de poder desempeñar en su puesto, ya que se les da un taller de aprendizaje en la función de la empresa, nuestros vendedores les motiva en querer aprender más de lo que ellos hacen y en el trabajo aprender de medicamentos, aprender cosas nuevas, poderles informar a los clientes del producto que ellos adquieren con el trato digno y amable que se merece la persona. Los vendedores tienen metas específicas para cada día y se les otorga, además de su sueldo base, sueldos extras dependiendo los desempeños y el querer destacar de cada vendedor.