

Análisis FODA

2-(O) Oportunidades

- **Expansión internacional.**

4-(A) Amenazas

- **Alta competencia.**

1-(F) Fortalezas

- **Ubicación estratégica**

Estrategias FO

- **Aprovechamiento de la ubicación de forma estratégica para expandir nuestra presencia en mercados internacionales, monitoreo constante de los cambios que se dan en los mercados internacionales y adaptación del producto a los diferentes mercados internacionales para satisfacer la demanda.**

Estrategias FA

- **Implementación de programas de fidelización y recompensas, apertura de nuevos puntos de venta en la zona y expansión del alcance por medio del marketing.**

3-(D) Debilidades

- **Falta de diversificación del producto**

Estrategias DO

- **Desarrollo de nuevos productos o variantes de productos que se alineen con las oportunidades identificadas tal como la expansión a nuevos mercados geográficos.**

Estrategias DA

- **Alianzas estratégicas con empresas que puedan ayudar a competir mejor en el mercado con la implementación de estrategias de precios competitivos y diversificación gradual de la línea de producto así como la exposición de los productos mediante una campañas de marketing.**

Análisis FODA

1-(F) Fortalezas

- Sabor auténtico
- Ubicación estratégica
- Buena atención al cliente
- Innovación en el menú
- Adaptabilidad del Producto

3-(D) Debilidades

- Rigidez en la oferta de productos
- No conocen totalmente el mercado
- Falta de área de juegos
- Comida Chatarra
- Escepticismo por ser marca de origen latino

2-(O) Oportunidades

- Demanda constante.
- Expansión internacional.
- Entrega a domicilio y pedidos en línea.
- Tendencias a opciones saludables
- Relación con proveedores

Estrategias FO

(O1,F1) Aprovecharemos el buen sabor de nuestro pollo para poder captar la mayor cantidad de clientes y satisfacer la demanda a través de la apertura de nuevas ubicaciones.

(O2,F2) Aprovecharemos nuestra ubicación estratégica para determinar las características de ese sitio y buscarlas en otros lugares para captar la atención de diferentes mercados .

(O3, F3) Crear alianzas estratégicas con apps de comida a domicilio para agregar el servicio de Pollo Campero, brindando descuentos u ofertas exclusivas a los clientes para captar su atención para el uso de esta.

(O4,F4) Invertir más en la creación de nuevos menús para los consumidores que buscan opciones saludables y rápida en el mercado.

(O5,F5) Aprovecharemos la adaptabilidad de nuestro producto a los diferentes mercados en crear fuertes relaciones con nuestros proveedores para obtener una reducción de los costos.

Estrategias DO

(O1,D1)
(O2,D2,D3)

4-(A) Amenazas

- Competencia.
- Cuestiones laborales y salarios.
- Tendencias alimentarias cambiantes.
- Regulación gubernamental.
- Impacto ambiental

Estrategias FA

HHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHHH

Estrategias DA

VVVVVVVVVVVVVVVVVVVVVVVVVVVVVVV

(F1,F2) Aprovecharemos el buen sabor de nuestro pollo para poder captar la mayor cantidad de clientes y satisfacer la demanda a través de la apertura de nuevas ubicaciones.