

ANÁLISIS DE RIESGOS EN EL ESTUDIO DE MERCADO

Matriz de riesgos

A continuación, se presenta un análisis de riesgos que permite identificar diversos factores de riesgo asociados al comportamiento del mercado y a la operación del negocio.

Estos riesgos pueden afectar la estabilidad en las ventas, la rentabilidad o la percepción del cliente si no se gestionan adecuadamente.

Por ello, se elaboró la siguiente matriz de riesgos, en la que se clasifican las posibles situaciones, su probabilidad de ocurrencia e impacto, así como las acciones de mitigación, los responsables y las fechas de seguimiento para su control.

RIESGO IDENTIFICADO	DESCRIPCION DEL RIESGO	PROBABILIDAD DE OCURRENCIA	IMPACTO	ACCIÓN DE MITIGACIÓN	RESPONSABLE	FECHA DE SEGUIMIENTO
Disminución temporal de la demanda	Reducción de ventas en temporadas bajas o por factores externos (clima, vacaciones, etc.)	MEDIA	ALTA	Implementar promociones en temporada baja y ampliar horarios de atención	PROPIETARIO	TRIMESTRAL

Aumento de la competencia	Apertura de nuevas taquerías o negocios similares en la zona	ALTA	ALTA	Mantener calidad constante, innovar en el menú y reforzar redes sociales	PROPIETARIO	SEMESTRAL
Incremento en costos de insumos	Aumento en precios de carne, gas o tortillas	MEDIA	MEDIA	Negociar con proveedores y buscar alternativas locales de abasto	GERENTE GENERAL	TRIMESTRAL
Inconformidad del cliente por calidad o servicio	Quejas por demora, falta de higiene o baja calidad del producto	BAJA	ALTA	Supervisar procesos de atención, higiene y capacitar al personal	GERENTE GENERAL	MENSUAL
Fallas en el suministro o desabasto	Retrasos o problemas con proveedores principales	BAJA	MEDIA	Contar con proveedores alternos y realizar compras preventivas	GERENTE GENERAL	MENSUAL