



E&N PARA POLLO CAMPERO

# POLLO CAMPERO

## 51 años evolucionando con sus consumidores

LA CADENA FORTALECIÓ SUS CANALES DIGITALES Y AMPLIÓ LAS MANERAS EN LAS QUE LLEVÓ SU SABOR ÚNICO A LOS CLIENTES DE OCHO PAÍSES EN EL MUNDO.



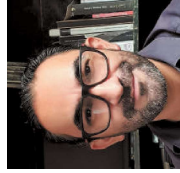
### COMPROMISO

Pollo Campero también apoya a diferentes causas sociales.

- Con "La Gran Rifa Unete", apoyan a niños con Cáncer en Guatemala y El Salvador.

- El Instituto Campero suma 30 años brindando educación a los colaboradores de Pollo Campero.

- En 2021, Las Luces Campero tomaron un camino diferente en lugar del espectáculo se entregaron menús Campero a más de 800.000 personas en diferentes áreas de Guatemala y más de 43,000 en El Salvador.



"Nuestro mensaje como Pollo Campero es que siempre encontrarán un producto de calidad, un excelente servicio y un sabor único".

**Rodrigo del Cid,**  
Director de Marketing  
Restaurantes  
Centroamérica.

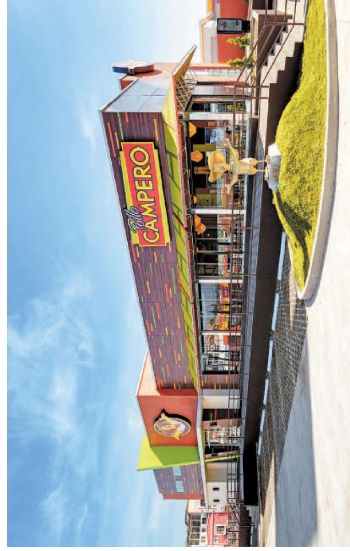
**P**ollo Campero, además de ser el corazón de Corporación Multi Inversiones (CMI), suma más de 51 años liderando el mercado de pollo en la región. Actualmente, ya sirve a más de 80 millones de clientes anualmente en ocho países.

La marca nacida en Guatemala se ha convertido en un emblema para la cultura gastronómica no solo de esta nación, sino que también en la de El Salvador, Honduras, México, Estados Unidos, Ecuador, Italia y España. Actualmente, suma 300 restaurantes en toda la operación, sin embargo, este 2022 se perfila para ser el año con mayor aperturas en la historia de la marca. "Esto muestra un franco crecimiento, desarrollo y consolidación de su liderazgo", señaló Rodrigo del Cid, Director de Marketing Restaurantes Centroamérica. Los más de 8,000 colaboradores que son parte de la familia Campero están comprometidos en llevar calidad, no solo en sus productos, sino en la atención al cliente.

"Gracias a estas acciones seguimos en el Top Of Mind de los consumidores... Nos adaptamos, tomando a nuestros clientes como el centro de nuestras decisiones. Siempre intentamos estar un paso adelante de cualquier desafío que pueda venir a futuro", agregó.

### A LA CAZA DE NUEVOS PALADARES

"El incursionar de manera constante en las plataformas digitales, de acuerdo con del Cid, les ha abierto la puerta a nuevas audiencias y a seguir posicionándose en la mente de los consumidores. La digitalización llegó a Pollo Campero previo a la pandemia del COVID-19, lo que les permitió



sobrellevar de mejor manera la crisis que vivió el sector de restaurantes a causa de las cuarentenas, que llegaron con la pandemia en 2020.

"Lanzamos nuestra nueva App Campero junto con la página web en Guatemala y en El Salvador. La pandemia solo aceleró esta revolución digital. Nosotros ya estábamos preparados para fortalecer nuestros canales digitales y habíamos hecho alianzas con las plataformas de servicio", comentó del Cid.

También, se adaptaron a las nuevas maneras de consumo, debido al temor del contagio del nuevo coronavirus. "Comparte sin Bajarle" fue una acción, "consistía en que los consumidores podían comer desde la comodidad de su carro".

Esta evolución no se detiene y se enfocan en continuar fortaleciendo su estrategia de omnicanalidad, a través de la modernización y actualización de sus canales de servicio, tanto dentro del restaurante como afuera de él, para ofrecer un abanico de opciones a todos los consumidores fieles a la familia Campero. "Entre algunas innovaciones están restaurantes con doble carril de autoservicio", mencionó su representante. •



# TIERNO, JUGOSO, y crujiente



## ¡QUÉ BIEN SE SIENTE!