

CAPÍTULO 5

Capítulo 5: Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

El proceso de creación del plan de negocios destinado a la empresa Café Isabella para la producción y comercialización del nuevo producto CAFE-INFUSION fue desarrollado satisfactoriamente, presentando los datos relevantes para la consolidación de la empresa, y para facilitar la toma de decisiones de los inversionistas para así reducir el rango de incertidumbre, que se tiene con regularidad al decidir invertir en algún proyecto.

Como se menciona a través de la descripción de cada uno de los elementos que integran el plan de negocios, se analizó ampliamente a cada una de las variables que afectarían el éxito del negocio. Se aplicaron conceptos de mercadotecnia, contabilidad de costos, administración de recursos humanos, financieros, administración de las operaciones de la empresa etc., así como conocimientos que fueron obtenidos por consenso de expertos en la industria analizada.

El plan de negocios presentado se basó principalmente en explorar los mercados de la industria del café en México para poder definir las oportunidades que el nuevo producto CAFE-INFUSION, cabe resaltar que CAFE-INFUSION es un producto con una innovación que se considera alta en la industria del café soluble en México, actualmente no se cuenta con ningún producto en el mercado con las características y calidad que CAFE-INFUSION presenta, lo cual se traduce a su principal ventaja competitiva.

El estudio de la viabilidad del negocio se considera positivo basada en las proyecciones financieras realizadas en un horizonte de cinco años, incluyendo, flujos de efectivo, estados de pérdidas y ganancias y proyecciones de ventas.

Se cumplieron los objetivos específicos del estudio:

- a) Se analizó y definió el mercado que se abarcará en la primera fase de comercialización del producto.
- b) Se analizaron las fuerzas, oportunidades, debilidades y amenazas del nuevo producto en el mercado y la industria del café soluble en México
- c) Se analizaron y describieron las ventajas del “comercio justo” como sistema de comercialización por usar en el nuevo producto CAFE-INFUSION, así como se identificó la estrategia competitiva que representa para la empresa Café Isabella.
- d) Se desarrollaron los estudios financieros necesarios para conocer el monto de inversión inicial del proyecto y los pronósticos que fueron proyectados a cinco años.
- e) Se presentó un resumen ejecutivo a los dueños e inversionistas de la empresa que integra los resultados de manera clara y objetiva para fundamentar la toma de decisiones en la inversión del proyecto.

5.2 Recomendaciones

Una de las principales recomendaciones es realizar proyecciones financieras posteriores a los cinco años propuestos en este estudio, para evitar problemas futuros en caso de que exista un movimiento en las condiciones de la demanda o en las tendencias del mercado.

Debido a que el producto presenta innovaciones en los procesos de producción, empaque y tipo es necesario que la empresa considere el registro de la marca y de la idea del producto, para asegurar que la innovación continúe siendo uno de sus principales atributos.

Se recomienda ampliamente la realización de estudios de mercado al momento que se decida abarcar otros nichos de en las diferentes etapas de comercialización.