

PLAN DE NEGOCIOS DE UNA LINEA DE ALIMENTOS CONGELADOS LISTOS PARA CONSUMIR DE UNA EMPRESA DE ELABORACION DE PASTAS UBICADA EN MENDOZA

Mgter Lic. Juan Martín PORFIRI
Egresado MBA – UNCUIYO

RESUMEN

El presente trabajo tuvo como objetivo la elaboración de un plan de negocios para una nueva línea de alimentos congelados listos para consumir. Para ello se realizó un análisis exhaustivo de todos los aspectos inherentes al entorno del negocio, de las capacidades, la empresa y la propuesta de distintas estrategias de comercialización.

En particular en el plan de negocios se evaluaron los siguientes aspectos:

- Descripción del negocio y la empresa: sus aspectos generales, su historia y su estado actual.
- Análisis externo del negocio, evaluando el impacto del entorno global, el entorno nacional y el sector de negocios en el nuevo negocio; a fin de identificar las amenazas y oportunidades.
- Análisis Interno de la empresa; identificando cada eslabón de la cadena de valor y su implicancia en el proyecto; lo que permitió identificar las fortalezas y debilidades

Con la información obtenida se planteó el análisis estratégico; aplicando distintas herramientas tales como análisis FODA, matriz BCG, el ciclo de vida del negocio y matriz de Ansoff.

Finalmente, y a partir del diagnóstico; se plantearon acciones estratégicas, dando origen a una propuesta de estrategia de negocios a seguir, la que incluyó aspectos organizacionales, funcionales y financieros.

ABSTRACT

The present work was aimed at developing a business plan for a new line of frozen-ready-to-eat food. To do a thorough analysis of all the inherent business environment, skills aspects, the company and the proposal of different marketing strategies was performed.

Particularly in the business plan the following aspects were evaluated :

- Description of the business and the company: its general aspects, its history and its current state.
- External analysis of the business, evaluating the impact of the global environment, the locale and the business sector in the new business; to identify threats and opportunities.
- Internal analysis of the company; identifying each link in the value chain and its implication in the project; allowing to identify the strengths and weaknesses

With the information obtained was raised strategic analysis; using various tools such as SWOT analysis, BCG matrix, the lifecycle of the business and Ansoff matrix .

Finally, from diagnosis; strategic actions were raised, giving rise to a proposed business strategy to follow, which included organizational, functional and financial aspects .