

SQUASH, PRODUCTO CLAVE PARA LA INTERNACIONALIZACION DE POSTOBON

JULIAN DAVID CRISTANCHO B.

MILTON ZAID DIAZ M.

PAOLA ANDREA RAMIREZ S.

MARIA CAMILA SAENZ M.

SUEYFER ANDREA VELASQUEZ D.

SEMINARIO DE INVESTIGACION

FACULTAD DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

BUCARAMANGA 2015

CONTENIDO

1. PROBLEMA DE INVESTIGACION	3
1.1 Identificación del problema	3
1.2 Descripción del problema	3
1.3 Formulación del problema	3
2. JUSTIFICACION	4
3. OBJETIVOS	5
3.1 General	5
3.2 Específicos	5
4. CRONOGRAMA.....	6
5. BIBLIOGRAFIA	7

1. PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.1 Identificación del problema

Expansión y posicionamiento de la marca Postobón S.A. a través de su bebida isotónica SQUASH por medio del análisis de las diferentes modalidades de penetración de nuevos mercados internacionales.

1.2 Descripción del problema

Postobón diseñó esta bebida como una alternativa especialmente dirigida al segmento de hombres y mujeres jóvenes que realizan ejercicio físico y buscan reponer líquidos.

Después de lograr posicionar el SQUASH como una de las principales bebidas isotónicas del país consiguiendo una participación del 35% en el mercado nacional. Actualmente la compañía estima que las exportaciones de este producto, en el mediano plazo, representarán el 10% de sus ventas totales, lo cual significaría una oportunidad sólida y clara de crecimiento internacional que podría ser aprovechada por la compañía.

Últimamente se ha producido tendencias en la población en cuanto a la correcta hidratación ya que es un requisito fundamental para maximizar la función de producción agregada de una sociedad. Además la ingesta de bebidas refrescantes satisface, por tanto, un doble objetivo: facilita la correcta hidratación de los seres humanos y, al mismo tiempo, incrementa su satisfacción y bienestar.

Analizando las exportaciones Colombianas y los países destinos de las mismas podemos concluir que existen tres mercados principales que compran estos productos y son Ecuador, EEUU y España, los cuales presentan tendencias de alto consumo para estas bebidas.

1.3 Formulación del problema

¿Cuáles son las posibilidades que tiene Postobon S.A para expandir su mercado en el país de destino a través de su producto SQUASH?

2. JUSTIFICACION

Esta investigación es importante porque permite conocer el comportamiento del mercado de bebidas hidratantes en el país de preferencia, y así poder determinar si se presenta una oportunidad para Postobón y si la franquicia es el modelo de internacionalización más adecuado para la compañía.

Se escoge como estrategia de internacionalización de Postobón S.A. el modelo de franquicia porque le brinda a la empresa un acceso a herramientas y programas de marketing y publicidad; y así el incremento en su prestigio al involucrarse en una red de negocios posicionada, y lo cual le brinda un acceso a economías de escala.

El tener una investigación estructurada facilita el desarrollo de las estrategias a seguir teniendo claro el panorama y evitando los vacíos que puedan dar como consecuencia un fracaso en un plan futuro. Si una investigación no es sólida el simple punto de partida perdería norte y tendría un fracaso inminente.

Teniendo en cuenta las nuevas tendencias del mercado, actualmente los productos que complementan las actividades físicas de las personas están experimentando un auge de crecimiento exponencial; por lo tanto SQUASH es el producto indicado para suplir esta necesidad. Mediante este producto la empresa Postobón S.A. tiene la oportunidad de hacer parte del estilo de vida de su nicho de mercado.

3. OBJETIVOS

3.1 General

Identificar las oportunidades existentes para que Postobón S.A. logre expandirse de acuerdo al mercado de destino con su bebida hidratante SQUASH mediante la modalidad de franquicia.

3.2 Específicos

- 3.2.1 Seleccionar una empresa apta para crear el contrato de la franquicia como propuesta de comercialización para el producto SQUASH.
- 3.2.2 Determinar la opción más rentable para la empresa Postobón S.A. con el fin de iniciar el proceso de comercialización del producto SQUASH.
- 3.2.3 Analizar el crecimiento y evolución del sector de bebidas hidratantes en el país de destino con el fin de determinar la segmentación de clientes para el producto SQUASH.
- 3.2.4 Estudiar la capacidad de exportación de la empresa Postobón con el producto SQUASH desde Colombia hacia el mercado seleccionado.

5. BIBLIOGRAFIA

- LEGISCOMEX. Informe Sectorial Bebidas No Alcohólicas en Colombia. Mayo 2014
<http://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/informe-sectorial-bebidas-no-alcoholicas-colombia-completo-rci285.pdf>
- Recuperado de la página web POSTOBON www.postobon.com