

**SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN**

**NÚCLEO INTEGRADOR OCTAVO SEMESTRE**

**CASO POSTOBÓN**

***“OPORTUNIDADES DE INTERNACIONALIZACIÓN DEL PRODUCTO MR. TEA  
EN NUEVOS MERCADOS”***

**PRESENTADO POR:**

**DIEGO FERNANDO GELVEZ VILLAMIZAR 000155847**

**OMAR ANDRÉS NAVARRO GERENA 000256121**

**LUISA FERNANDA LEÓN CARDENAS 000197417**

**ARLEY PÉREZ JAIMES 000137711**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA**

**FACULTAD DE ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**BUCARAMANGA**

**01-2015**

**SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN**

**NÚCLEO INTEGRADOR OCTAVO SEMESTRE**

**CASO POSTOBÓN**

***“OPORTUNIDADES DE INTERNACIONALIZACIÓN DEL PRODUCTO MR. TEA  
EN NUEVOS MERCADOS”***

**PRESENTADO POR:**

**DIEGO FERNANDO GELVEZ VILLAMIZAR**

**OMAR ANDRÉS NAVARRO GERENA 000256121**

**LUISA FERNANDA LEÓN**

**ARLEY PÉREZ JAIMES 000137711**

**PRESENTADO A:**

**DOC. JULIO CESAR RAMIREZ MONTAÑES**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA**

**FACULTAD DE ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**BUCARAMANGA**

**01-2015**

## **1. PROBLEMA**

### **1.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

Oportunidades de comercialización del producto Mr. Tea a un nuevo mercado.

### **1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA**

En los últimos tres años la bebida refrescante a base de té obtiene una aceptación y fuerza en ventas en los mercados locales y extranjeros, debido que es una bebida basada de extracto de hojas de té que ayuda en la salud de las personas y previene enfermedades cardiovasculares, cáncer, ayuda a bajar de peso, y sirve como bebida relajante. Por lo tanto se ha convertido en una idea de negocio atractiva para el sector de bebidas en Colombia y otras partes del mundo.

Debido a estos beneficios la sociedad ha generado un cambio a consumir productos que aporten a la salud y a la vez hidrate, por tal motivo se busca exportar el producto Mr. tea a otros países que reflejen un alto consumo de bebidas y estén interesados en la salud, agregando también la oportunidad de que Postobón S.A expanda su mercado al extranjero con este producto y sea una marca posicionada en el mercado.

Las bebidas refrescantes a base de té en Colombia han tenido perfecto comportamiento en el té embotellado, cuyo mercado se multiplicó por 6 desde el 2008 y pasó de 47.620 millones de pesos en aquel año a 301.535 millones al final del 2013. Así como para Colombia el mundo también está buscando bebidas a base de té es por esto que se pretende internacionalizar el producto Mr. tea a otros escenarios o mercados que no son conocidos mediante nuevos convenios comerciales, saber el rol que desempeña Mr. Tea en esos escenarios, aprovechar las ventajas competitivas y la percepción de este producto en los consumidores finales.

### **1.3 FORMULACION DEL PROBLEMA**

¿Cuáles son las oportunidades de comercialización de Mr. Tea en un nuevo mercado internacional?

## 2. JUSTIFICACIÓN

El presente plan de internacionalización surge a partir del interés de la facultad de Administración de Negocios Internacionales de la universidad pontificia Bolivariana, en generar en el futuro profesional habilidades que complementan su conocimiento teórico-practico en un caso real de la compañía de bebidas Postobón S.A.

El plan de internacionalización del producto Mr. Tea es importante dado que facilita al inversionista la identificación, análisis, y demás factores involucrados al momento de incursionar en un nuevo mercado internacional. Del mismo modo, los estudiantes de último semestre a través de investigación, proporcionan una estrategia acorde al producto en el mercado seleccionado.

Se plantea incursionar en el nuevo mercado teniendo en cuenta variables culturales, políticas, económicas, demográficas entre otros que favorezcan la operación internacional de comercialización de este producto.

Para finalizar se tienen en cuenta factores como viabilidad financiera, y la cadena logística necesaria, así como aspectos relacionados con el producto con la finalidad de satisfacer a los consumidores extranjeros y cumplir con la normatividad existente en el país de destino. Además se aprovecha las fortalezas de la compañía Postobón S.A al ser una empresa con estrategias de internacionalización en otros mercados.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1. GENERAL**

Identificar oportunidades de internacionalización del producto Mr. Tea en nuevos mercados.

#### **3.2. ESPECÍFICOS**

- ✓ Diseñar un plan de internacionalización para el producto Mr. tea.
- ✓ Detectar y analizar el mercado potencial utilizando diferentes fuentes de información secundarias.
- ✓ Analizar la viabilidad financiera del plan de internacionalización del producto.
- ✓ Crear una estrategia logística acorde al plan de internacionalización que permita facilitar el ingreso del producto Mr. tea al mercado seleccionado.

#### 4. CRONOGRAMA

| CRONOGRAMA                                      |                  |                  |                   |                        |                         |
|---|------------------|------------------|-------------------|------------------------|-------------------------|
| ACTIVIDAD                                       | 2 AL 6 DE MARZO  | 9 AL 13 DE MARZO | 16 AL 20 DE MARZO | 23 AL 27 DE MARZO      | 30 DE MAR. AL 3 DE ABR. |
| IDENTIFICACION DE LOS POSIBLES PAÍSES           |                  |                  |                   |                        |                         |
| IDENTIFICACION DE VARIABLES                     |                  |                  |                   |                        |                         |
| BUSQUEDA DE INFORMACION FUENTES SECUNDARIAS     |                  |                  |                   |                        |                         |
| DESARROLLO DE LA MATRIX DE PRESELECCION         |                  |                  |                   |                        |                         |
| ENTREGA PRESELECCION DE MERCADOS                |                  |                  |                   |                        |                         |
| ANALISIS FINANCIERO EMPRESA                     |                  |                  |                   |                        |                         |
| VIABILIDAD FINANCIERA PARA LA INTERNAC.         |                  |                  |                   |                        |                         |
| ACTIVIDAD                                       | 6 AL 10 DE ABRIL | 13 AL 17 DE ABR. | 20 AL 24 DE ABRIL | 27 DE ABR. AL 1 DE MAY | 4 AL 8 DE MAYO          |
| ANALISIS FINANCIERO EMPRESA                     |                  |                  |                   |                        |                         |
| VIABILIDAD FINANCIERA PARA LA INTERNAC.         |                  |                  |                   |                        |                         |
| ENTREGA ANALISIS FINANCIERO                     |                  |                  |                   |                        |                         |
| ANALISIS VARIABLES PARA LA INTERNACIONALIZACION |                  |                  |                   |                        |                         |
| ELABORACION CADENA LOGÍSTICA                    |                  |                  |                   |                        |                         |
| ENTREGA CADENA LOGÍSTICA                        |                  |                  |                   |                        |                         |
| SUSTENTACION                                    |                  |                  |                   |                        |                         |

## 5. BIBLIOGRAFÍA E INFOGRAFÍA

- ✓ [www.postobón.com](http://www.postobón.com)
- ✓ <http://seminariodenegociosupb.jimdo.com/iv-n%C3%BAcleo-integrador-caso-postobon/>