

Anteproyecto producto Bombón Supercoco, empresa Super de alimentos.

Julian David Rojas Rodríguez

Silvano Barach

Laura Nathalia Salcedo Mogollón

Universidad Pontificia Bolivariana

Contenido

1. PROBLEMA DE INVESTIGACION	3
1.1 Identificación del problema	
1.2 Formulación del problema	
1.3 Descripción del problema	
2. JUSTIFICACION	5
3. OBJETIVOS	7
3.1 Objetivo general	
3.2 Objetivos específicos	
4. CRONOGRAMA	8
5. BIBLIOGRAFIA	9

1. PROBLEMA

1.1 IDENTIFICACION DEL PROBLEMA

Incurción y posicionamiento del producto BOMBÓN SUPERCOCO en mercados internacionales con la marca Colombiana SUPER DE ALIMENTOS.

1.2 FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Cuáles son las oportunidades comerciales del producto BOMBÓN SUPER COCO de la marca SUPER DE ALIMENTOS en un nuevo mercado internacional a través de una operación internacional en lugares a los que la empresa aún no ha llegado?

1.3 DESCRIPCION DEL PROBLEMA

La empresa colombiana SUPER DE ALIMENTOS ocupa los primeros lugares en el sector confitero de Colombia y debido a un decrecimiento del 39,1% en las exportaciones hacia el mercado venezolano, la empresa se pone como objetivo primario buscar la consolidación de la marca a través de su producto “Bombón super coco” orientando sus estrategias hacia nuevos mercados presentes en el mundo, así mismo de afirmarse como marca consolidada y buscar una imagen sólida que sea sinónimo de calidad y sobretodo que sea referencia en el mundo de los sabores y gustos característicos de la cultura colombiana.

Bombón super coco ha sido desde sus principios a mediados de siglo XX una referencia en el mercado de la confitería como un protagonista en la vida de todos los amantes del dulce, con un gusto y sabor particular característica exclusiva de este producto que se ha visto reflejado en los gustos de no solo los colombianos sino gran parte del mundo latino que lo ha rebuscado a lo largo de los mercados principales en latino américa.

Por medio de la investigación se pone el objetivo de buscar referencias sobre el posible impacto del producto en el mercado objetivo considerando los aspectos financieros y comerciales para su realización, conjugando una estrategia de mercadeo que guie el producto hacia le meta y gane el mercado sobre la competencia y obteniendo todas las metas de mercadeo delineadas al origen.

2. JUSTIFICACION

El superamiento de las barreras nacionales en los mercados ha sido desde un comienzo la clave del proceso de internacionalización y de expansión por las empresas, con la presente investigación se tiene como finalidad la de elaborar datos que certifiquen y garanticen el plan de expansión hacia mercados extranjeros por parte de la empresa con el producto bombón supercoco.

Según un modelo de investigación de preselección de mercados se pretende guiar una estrategia que sea de referencia para la empresa en su proceso de internacionalización, resolviendo cualquier duda en el campo y en los procesos a enfrentar para su realización, esta es una herramienta fundamental para la empresa para así poder predecir el comportamiento de un producto en un mercado extranjero.

Todo este estudios se realiza con el propósito de explicar una teoría que garantice su introducción, posicionamiento y mantenimiento a largo plazo en el mercado objetivo y así poder lograr los objetivos planteados por la empresa super de alimentos en su proceso de internacionalización.

Los autores de la presente investigación buscan resolver las dudas e inquietudes que se pueden presentar en el proceso de internacionalización de la empresa con su producto y/o de mantenimiento en el mercado de la propuesta, con datos estadísticos y fuentes de datos primarias y secundarias se piensa sustentar esta

tesis y formular la respuesta a todos estos casos, formando así mismo un guion para un problema común muy presente en la realidad de las micro y medianas empresas que buscan crecer en el mercado.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

IncurSIONAR y posicionar el producto BOMBÓN SUPER COCO en los mercados internacionales.

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- 3.2.1 Posicionar la marca SUPER DE ALIMENTOS con el producto BOMBÓN SUPER COCO en el mercado objetivo y generar una marca top of mind y top of heart en la población en la cual se va a ingresar con el producto.
- 3.2.2 Estimar y realizar un plan de recuperación a mediano plazo de la inversión directa operada para la introducción del producto y la marca en el mercado objetivo.
- 3.2.3 Elaborar un plan de mercadeo para realizar un correcto impacto sobre la población teniendo en cuenta la matriz de preselección de mercados.
- 3.2.4 Identificar una estrategia por la cual elegir un sistema logístico a crear para la realización de la red de distribución del producto o instaurar una alianza con una entidad que tenga una red de distribución consolidada en el nuevo mercado.

4. CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	SEMANAS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Delimitación del tema, sector del producto, descripción del producto y operación a realizar	X									
Identificación, formulación y descripción del problema		X								
Formulación de objetivos generales y específicos			X							
Justificación del proyecto y elaboración del cronograma de actividades y bibliografía			X							
Análisis de productividad y competitividad de la empresa y el sector, capacidad productiva, física y financiera de la empresa				X						
Descripción del producto				X						
Preselección de mercados potenciales y selección del país					X					
Análisis mercado objetivo, condiciones de acceso, acuerdos vigentes, competencia, promoción y precio.						X				
Desarrollo de la estrategia de inmersión al mercado internacional.							X			
Análisis de la gestión de la cadena logística internacional, abastecimiento, producción, distribución y DFI							X			
Costos DFI y rentabilidad								X		
Evaluación financiera y conclusiones finales									X	
Sustentación del proyecto										X

BIBLIOGRAFIA

http://www.super.com.co/sitio_super/index.php?option=com_content&view=article&id=60&Itemid=88

<http://www.colombiatrade.com.co/herramientas/identificador-oportunidades>