

RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN (R.A.I)

1. **NOMBRE DEL POSTGRADO:** Especialización en Finanzas y Negocios Internacionales.
2. **TÍTULO DEL PROYECTO:** Plan de Negocios Internacional: estudio del mercado de suplementos dietarios en Colombia.
3. **AUTOR:** Moreno Quintero, Lina Natalia
4. **AÑO Y MES:** 2015 JULIO
5. **NOMBRE DEL ASESOR:** Zerda Rodríguez, Julio

6. DESCRIPCIÓN O ABSTRACT:

Plan de negocios internacional, enfocado en el mercado colombiano, para la categoría Vitaminas y Suplementos Dietarios, la cual hace parte del sector Consumo en Salud/Consumer Health; conformado por: Productos OTC (Over The Counter); los que se venden sin formula médica, nutrición deportiva, vitaminas y suplementos dietarios y control de peso.

En relación a los 10 primeros países que nos proveen vitaminas y suplementos dietarios, solo con Alemania se evidencia en la balanza comercial, que Colombia no les exporta en esta categoría, lo que sugiere una supremacía en las características de los productos del fabricante, del país de origen señalado.

Colombia no es relevante como exportador de vitaminas y suplementos dietarios, productos importados en el país gozan de buena reputación.

* * *

International business plan, focusing on the Colombian market for vitamins and dietary supplements category, which is part of the Consumer Health industry; composed by: OTC (Over The Counter); those sold without a medical prescription, sports nutrition, vitamins and dietary supplements and weight control.

In relation to the first 10 countries that provide us vitamins and dietary supplements, only in the case of Germany is evident through the trade balance, that Colombia does not export them into this category, suggesting a supremacy in the characteristics of the manufacturer's products that come from the country of origin indicated.

Colombia is not relevant as an exporter of vitamins and dietary supplements, foreign products take an advantage of their good will into the country.

7. PALABRAS CLAVES:

En español: Consumo en Salud, Vitaminas, Suplementos Dietarios, Pfizer.

En inglés: Consumer Health, Vitamins, Dietary Supplements, Pfizer.

8. **SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO:** Comercio internacional, importaciones.

9. **TIPO DE ESTUDIO:** Plan de Negocios Internacional.

10. OBJETIVO GENERAL:

Conocer el mercado colombiano, con zoom en Bucaramanga y su área metropolitana, para la categoría Vitaminas y Suplementos Dietarios, la cual hace parte del gran sector Consumo en Salud o Consumer Health; conformado principalmente por los siguientes rubros: Productos OTC (Over The Counter); su significado se relaciona con todo aquello que se vende sin fórmula médica, nutrición deportiva, vitaminas y suplementos dietarios y control de peso.

11. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

* Evaluar las cifras y los datos de la categoría: Vitaminas y Suplementos Dietarios, para analizar la viabilidad de incorporar un competidor extranjero de más en el mercado local estudiado, en aras de poner a disposición de la comunidad productos de calidad; que generen bienestar social.

* Determinar el comportamiento histórico y proyectado del sector Consumo en Salud en el país, con un especial zoom en la categoría Vitaminas y Suplementos Dietarios

* Establecer los perfiles de los principales proveedores para el mundo de la partida arancelaria 210690: las demás preparaciones alimenticias, la cual nos habla de la categoría estudiada, para hacer un análisis profundo de los competidores desglosados por marcas y compañías que se disputan el mercado local y global.

* Recopilar información del consumidor, estableciendo el marketing mix de este proyecto.

* Generar un instrumento estructurado para facilitar que cualquier empresa o persona natural interesada en tomar este documento como base para el desarrollo de sus negocios, encuentre directrices válidas para la ejecución del mismo, llegando a un acuerdo previo con el autor; sobre las condiciones que esté determine para la explotación de su producción intelectual.

12. RESUMEN GENERAL:

Se encontrarán con un plan de negocios internacional, con la intención de conocer el mercado colombiano, con zoom en Bucaramanga y su área metropolitana, para la categoría Vitaminas y Suplementos Dietarios, la cual hace parte del gran sector Consumo en Salud o Consumer Health; conformado principalmente por los siguientes rubros: Productos OTC (Over The Counter); su significado se relaciona con todo aquello que se vende sin fórmula médica, nutrición deportiva, vitaminas y suplementos dietarios y control de peso.

La escogencia del tema de este plan de negocios internacional, nace del interés de la Fundación Hogar Soñar y Crecer, organización no gubernamental (ONG), registrada legalmente en Colombia desde el 07.06.2001, la cual se encarga de ejecutar proyectos en beneficio de la comunidad Colombiana, y tiene la pretensión de evaluar las cifras y los datos de la categoría; con el objetivo de analizar la viabilidad de incorporar un competidor extranjero de más en el mercado estudiado, en aras de poner a disposición de la comunidad productos de calidad; que generen bienestar social.

Para facilitar que esta ONG evalúe la factibilidad de ejecutar y financiar este proyecto con recursos propios, como ha manifestado es su interés, se preparará un recorrido por las variables macroeconómicas de Colombia, el comportamiento del sector Consumo en Salud en el país, con un especial zoom en la categoría Vitaminas y Suplementos Dietarios, un recuento de la capacidad exportadora por países por partida arancelaria 210690: las demás preparaciones alimenticias, la cual nos habla de la categoría estudiada, un análisis profundo de los competidores que se disputan el mercado local y global.

Todo lo anterior nos permitirá perfilar las marcas y compañías más consolidadas en el rubro objeto del análisis. A través de un estudio de mercados, recopilaremos información del consumidor, estableciendo el marketing mix de este proyecto. Seguiremos con un planteamiento acerca de cómo debería operar este emprendimiento, estableciendo la información organizacional de la figura jurídica dispuesta a evaluar su participación en el mismo.

Finalizando ahondaremos en una detallada evaluación financiera, siguiendo en todo momento las disposiciones administrativas de la ONG para la evaluación de este tipo de proyectos, revisando la factibilidad de todo lo consignado en el documento, soportándonos con gráficas e información estadística, dada la intención del autor, de comunicarse con el lector a través de datos cuantitativos. Por último se dejan las conclusiones y recomendaciones como un aporte valioso a quien considere la ejecución de este trabajo.

13. CONCLUSIONES:

La proyectada devaluación del peso Colombiano frente al dólar, variable dependiente de la profunda caída de precios que atraviesa el sector del petróleo a nivel global, sugiere una pérdida del poder adquisitivo para importar, situación que se puede compensar con la excelente eficiencia operacional de la empresa proveedora escogida en Alemania, pues los precios de venta en el mercado extranjero incluso son competentes en el mercado local estudiado. Ver Cuadro 12. Precios calcio en Colombia y Cuadro 13. Precios calcio laboratorios Alemanes.

Evaluando el tamaño global del mercado de vitaminas y suplementos dietarios; Latinoamérica se ubica en el cuarto puesto, como continente, superada solo por Asia, Norte América y Europa del Oeste. Dentro del continente Colombia se ubica en la posición No.5. Esto revela la existencia de un mercado local en cuyas tendencias se puede inferir el interés y hábito de consumo del producto a importar. Ver Cuadro 6. Tamaño global del mercado de vitaminas y suplementos dietarios.

La inflación de Alemania; país de origen escogido, históricamente se sitúa por debajo de la de todos los países; actuales proveedores de Colombia para esta partida, sus proyecciones también muestran cifras muy controladas. Ver Anexo K. Inflación países proveedores de Colombia partida 210690.

Según el estudio de mercado, los productos importados gozan de una alta reputación, la mayoría de estos provienen de Estados Unidos y Brasil, socios comerciales de Colombia para esta categoría, se presume un acercamiento cultural con estos países que ha favorecido la interacción comercial con sus productos. Ver Gráfica 5. Proveedores de Colombia del producto: 210690.

Alemania, después de Estados Unidos; demuestra con cifras que es potencia en la producción de suplementos dietarios para el mundo; y su enfoque investigativo pudiera resultar de provecho para campañas comerciales, que deseen sacar ventaja del origen histórico del fabricante, ver Anexo L. Principales exportadores en el mundo de la partida: 210690.

Pfizer, la multinacional más sólida en Colombia, tiene una participación en el mercado de la categoría analizada del 17,2%, cosechada por 62 años de antigüedad en el mismo, en el top 3 también se encuentran otros dos competidores locales con casi un siglo de práctica cada uno, se presume que se ingresa a un mercado en el cual algunas compañías controlan las estrategias de mercadeo y comercialización; con un vasto know how del sector en el que se mueven y una capacidad administrativa con una experiencia nada desestimable.

En el caso de los 10 primeros países que nos proveen vitaminas y suplementos dietarios, ver Cuadro 2, solo con Alemania como socio comercial se evidencia en la balanza comercial, la incapacidad de Colombia de exportarles un solo peso de esta categoría, lo que sugiere una supremacía innegable en las características de los productos del fabricante del país de origen seleccionado.

Se evidencia que las vitaminas y suplementos dietarios de origen Colombiano, no están posicionadas a nivel internacional, lo que sustenta la intención de importar en esta categoría. Ver Cuadro 2.

En los resultados del estudio de mercados contratado por la multinacional líder Pfizer, se encuentra que el uso de internet es determinante para los encuestados como canal de información; en la consulta de temas relacionados con la salud, lo que sugiere la conveniencia de trabajar a través de un desarrollo web, que ofrezca información al usuario y acto seguido, lo encamine hacia las posibilidades de compra del producto a comercializar.

En la nómina que se plantea para la ejecución de este proyecto, el único salario estipulado generosamente para retener a un talento profesional quizás de la envergadura del de alguno de los competidores, es el del administrador de la operación, para los demás por el nivel salarial; se infiere que solo se podría contar con personas con grado académico máximo de especialización. Esto pudiera ser una amenaza considerable que pondría en riesgo el capital invertido.

La fijación de las metas de ventas para los 5 años de ejercicio del proyecto, es discreta pues en cada uno de todos los periodos contemplados, se ambiciona una participación de menos del 0,05% sobre el valor total del mercado de vitaminas y suplementos dietarios en Colombia. Ver aparte 2.1.3 Proyección de ventas. Para lo anterior se tuvo en cuenta un volumen de importación pertinente; con la finalidad de despertar el interés de un proveedor internacional en establecer una relación de comercio internacional.

Al sugerir como meta de ventas 36.666 unidades de producto para cada uno de los primeros tres años de ejercicio de la operación, y a partir del año 4, un aumento del 50% en ventas sobre lo vendido en el periodo inmediatamente anterior; se proyectó un fuerte posicionamiento logrado con el tiempo en línea del canal de distribución y la consolidación de la reputación del fabricante, lo que equivaldría a 54.999 unidades de producto, vendidas en cada uno de los periodos 4 y 5 del ejercicio. Lo anterior se considera razonable, en virtud a que se estaría apuntando para los años 1, 2 y 3 a una meta de tan solo 0,018%; sobre el valor total del mercado que venimos analizando, el cual para el año 2014 fue de 438.200.000.000 COP. Ver Cuadro 3. Proyecciones de ventas de la categoría, y para los años 4 y 5 del proyecto, una participación cauta de 0,035% sobre el total disputado en el mercado, usando como referencia las cifras del 2014.

Las valoraciones financieras arrojan una cifra de valor presente neto para todos los flujos de caja libre, muy aceptable para la filosofía de creación de valor de cualquier empresa, ejecutando los presupuestos como se ha planteado, el cuidado mayor debería recaer sobre el experto en mercados; encargado de una estrategia eficaz para la introducción del producto, a su vez, viéndose este beneficiado por el reporte del punto de equilibrio unitario del proyecto, el cual permite un margen de error laxo con respecto a la meta total de ventas estipulada para cada año, antes de que se incurra en la destrucción de valor para los accionistas.

Este plan de negocios internacional se planteó con el profesionalismo y el enfoque técnico, estadístico y administrativo, necesario para ofrecer a la ONG mencionada todas las herramientas para facilitar el proceso de toma de decisiones de su junta directiva; en la intención de financiar y operar proyectos que garanticen la continuidad de esta Fundación, con el fin primario de destinar las utilidades de los mismos; en apoyar proyectos sociales específicos en beneficio de la comunidad en general.

El autor garantiza la veracidad de todo lo consignado en este documento, en caso de que la Fundación Hogar Soñar y Crecer decida ejecutar este plan de negocios internacional, se pone a su amable consideración el perfil profesional de quien desarrolló este proyecto de grado; para hacer parte del equipo que eventualmente operaría la ejecución administrativa de este documento o vincularse como consultor en el mismo.

Cualquier empresa o persona natural interesada en tomar este documento como base para el desarrollo de sus negocios, debe consultar y llegar a un acuerdo con el autor del mismo; sobre las condiciones que esté determine para la explotación de su producción intelectual. Se resalta que este plan de negocios internacional se desarrolló con la objetividad necesaria para ser evaluado por cualquier interesado en operar lo consignado en todo el documento.

Por último, el autor pone en amable consideración de los interesados, su capacidad como consultor en inteligencias de mercados llevadas a cabo con el sello de Tnt Colombia, empresa a la cual él representa legalmente; según la normativa colombiana. Para mayor referencia favor visitar www.tntcolombia.com.co.

14. FUENTES BIBLIOGRÁFICAS:

Anotación: para cada una de las cinco gráficas, diecinueve cuadros y veintitrés anexos consignados en el documento, se relaciona la respectiva fuente inmediatamente debajo de cada inserción dentro del plan de negocios internacional, para lo demás los recursos consultados fueron:

Serna, H. (2003). Gerencia Estratégica. Colombia: 3R Editores.

O'Kean, J. M. (2000). Economía para negocios. Análisis del entorno económico de los negocios. España: Mc Graw Hill.

De Lara, A. (2007). Medición y control de riesgos financieros. México: Limusa.

McDaniel, C. y Gates, R. (1999). Investigación de mercados contemporánea. México: International Thomson Editores.

Universidad de Harvard. (1986). Clásicos Harvard de la administración, volumen 1 y 2. Colombia: Educar Cultural Recreativa Ltda.

Daniels, J.D., Radebaugh, L.H., Sullivan, D.P. (2004). Negocios Internacionales, ambientes y operaciones. México: Pearson Educación.

Artrosis. (Disponible en: <http://www.institutferran.org/artrosis.htm>. Consultado el 28 de abril de 2014).

José Darío Uribe, presenta "Situación actual y perspectivas de la economía colombiana". (Disponible en: <http://www.banrep.gov.co/es/node/31835>. Consultado el 05 de mayo de 2014).

El crecimiento del mercado global de los suplementos dietarios. . (Disponible en: http://www.profitocoop.com.ar/articulos/El_crecimiento_del_mercado_global_de_los_suplementos_dietarios1.pdf. Consultado el 08 de mayo de 2014).

Documentos de Investigación. Facultad de Administración. Agosto de 2011. (Disponible en: <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/10336/3314/1/Fasc%C3%ADculo104.pdf>. Consultado el 03 de junio 2014).

Universidad de La Sabana. Recursos Electrónicos. (Disponible en: <http://www.portal.euromonitor.com.ezproxy.unisabana.edu.co/Portal/Pages/Search/SearchResultsList.aspx>. Consultado el 04 de julio 2014).

Guía de importación. (Disponible en https://docs.google.com/document/d/1XgAD7ZzFb9uDgC3xKzoa0hCd--gA8VY3DO_gj8_Ki9A/edit?hl=es&pli=1). Consultado el 15 de julio de 2015.