



## INVESTIGACIÓN DE MERCADOS NACIONALES E INTERNACIONALES

Elaborado por:

ASTRID CAROLINA SANCHEZ ZAPATA

Asesor: MARCO ANTONIO RUIZ CORREA

Practica Comercio Exterior y Logística

Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Medellín

2020

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. **Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria**

*Trabajo de Grado. Ciclos Profesionales*

# INVESTIGACIÓN DE MERCADOS NACIONALES E INTERNACIONALES

**Astrid Carolina Sánchez Zapata**

*Estudiante de noveno semestre del programa Negocios Internacionales*

*Astridcarolinas.z@hotmail.com*

*Asesor: Marco Antonio Ruiz Correa*

*Recibido (Fecha recepción)*

*Revisado (Fecha recepción revisión)*

*Aceptado (Fecha de aceptación)*

## **Resumen**

Con la realización de este proyecto investigativo se pretende realizar una investigación de mercado que favorezca el posicionamiento y crecimiento de los productos de la marca Benet en la ciudad de Medellín y un posible destino internacional. Mediante la recolección de datos por medio de una encuesta realizada a una muestra representativa se concluirá la conveniencia de ampliar el portafolio de la empresa en el mercado local y la posibilidad de incluirlo en el mercado internacional.

*Palabras clave:* marketing internacional, complemento nutricional, investigación de mercado, encuesta, internacionalización.

## **Abstract**

The purpose of this research project is to conduct a market research that favors the positioning and growth of Benet brand products in the city of Medellin and a possible international destination. Through the collection of data by means of a survey made to a representative sample, it will be concluded the convenience of expanding the company's portfolio in the local market and the possibility of including it in the international market.

*Keywords:* international marketing, nutritional supplement, market research, survey, internationalization.

## Referencias

- *El emprendimiento corporativo en el Grupo Nutresa.* (2020). Medellín, Universidad EAFIT, septiembre 2 de 2020.  
<https://revistapym.com.co/benet-la-nueva-marca-nutresa>
- Rios, A. (2017, 11 julio). *Bénet, la nueva marca de Nutresa.* Revista PyM.  
<https://revistapym.com.co/benet-la-nueva-marca-nutresa>
- Portafolio. (2017, 10 julio). *La nutrición complementaria, el nuevo negocio de Nutresa.* <https://www.portafolio.co/negocios/la-nutricion-complementaria-el-nuevo-negocio-de-nutresa-507595>
- Aldana, J., Lugo, A., & Zapata, S. (2020). *Hábitos de consumo en personas de la tercera edad frente a Ensure advance.* Universidad Católica De Manizales.  
<http://repositorio.ucm.edu.co:8080/jspui/bitstream/handle/10839/2877/Aldana-Lugo-Zapata.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- San José Volando. (s. f.). *Bénet es una solución alimenticia desarrollada a partir de conocimiento científico.* <https://sanjosevolando.com/gastronomia/2019/5/1/benet-es-una-solucion-alimenticia-desarrollada-a-partir-de-conocimiento-cientifico>
- Moreno, L. (2015). *PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONAL: ESTUDIO DEL MERCADO DE SUPLEMENTOS DIETARIOS EN COLOMBIA.* UNIVERSIDAD DE LA SABANA.  
<https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/17401/Lina%20Natalia%20Moreno%20Quinter%20%28tesis%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cuesta, A., & Segrera, A. (2018). *LA IMPORTANCIA DE LA INFORMACIÓN EN ELMERCADO DE SUPLEMENTOS NUTRICIONALES DEPORTIVOS EN BOGOTÁ.* Colegio de Estudios Superiores de Administración –CESA-.  
<https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/2098/TG00889.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Strobel, M., & Feldman, M. (s. f.). *CLAVES PARA DESCIFRAR EL MERCADO DE VITAMINAS Y SUPLEMENTOS ALIMENTICIOS EN AMÉRICA LATINA.*

[https://www.asonatura.com/files/CLAVES%20PARA%20DESCIFRAR%20EL%20MERCADO%20DE%20LAS%20VITAMINAS%20Y%20SUPLEMENTOS%20DIETARIO%20EN%20A%20L%20\(1\).pdf](https://www.asonatura.com/files/CLAVES%20PARA%20DESCIFRAR%20EL%20MERCADO%20DE%20LAS%20VITAMINAS%20Y%20SUPLEMENTOS%20DIETARIO%20EN%20A%20L%20(1).pdf)

- Torres, M., & Camacho, I. (2018). *Estudio técnico de suplementos dietarios en el marco del procedimiento técnico científico y participativo de exclusiones*. Ministerio de Salud y Protección Social. [https://mivoxpopuli.minsalud.gov.co/InscripcionParticipacionCiudadana/DOCUMENTOS/a/28\\_Suplementos%20dietarios.pdf](https://mivoxpopuli.minsalud.gov.co/InscripcionParticipacionCiudadana/DOCUMENTOS/a/28_Suplementos%20dietarios.pdf)
- Duarte, J. (2018, 7 mayo). *Perfil del consumidor de suplementos nutricionales de las sedes de los gimnasios de la USTA en Bogotá*. Cuerpo, Cultura y Movimiento. <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjs25uv-orwAhUeQjABHfRdCFwQFjABegQIAxAD&url=https%3A%2F%2Frevistas.usantomas.edu.co%2Findex.php%2Frcm%2Farticle%2Fdownload%2F5118%2Fpdf%2F&usg=AOvVaw2gu9Y2lQCEAyH1ITboO1HO>
- Cabrera, D. (2010). En Defensa De Las Encuestas. *PostData*, 15(2), 191-216. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3702743>
- Real Academia Española. (s. f.). Encuesta [artículo nuevo]. En *Diccionario de la lengua española* (avance de la 23.<sup>a</sup> ed.). Recuperado de [http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=encuesta](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=encuesta)
- Pimienta Lastra, Rodrigo (2000). Encuestas probabilísticas vs. no probabilísticas. *Política y Cultura*, (13), 263-276. [fecha de Consulta 5 de marzo de 2021]. ISSN: 0188-7742. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=267/26701313>
- Jurado, E., & Jaramillo, E. (2016). Marketing internacional. *INNOVA Research Journal*, 1(1), 8-18. <https://doi.org/10.33890/innova.v1.n1.2016.3>
- Moreno Oliva, Odalis I. (2007). EL MARKETING INTERNACIONAL COMO HERRAMIENTA INDISPENSABLE PARA UNA EXPORTACIÓN EFECTIVA. *Ciencia en su PC*, (2), 1-10. [fecha de

Consulta 17 de marzo de 2021]. ISSN: 1027-2887. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1813/181320217005>

- COPREDEH. (2011). *Derecho humano a la alimentación y a la seguridad alimentaria*. <https://www.corteidh.or.cr/tablas/r29521.pdf>
- Caldera, Y. (s. f.). *Legislación de los Complementos Alimenticios en América Latina*. JUSTE Consumer Health. [https://infoalimentarios.files.wordpress.com/2017/05/4-juste\\_cuadernillo.pdf](https://infoalimentarios.files.wordpress.com/2017/05/4-juste_cuadernillo.pdf)
- Question Pro. (s. f.). *¿Qué es un estudio de mercado?* [https://www.questionpro.com/es/estudio-de-mercado.html#tipos\\_mercado](https://www.questionpro.com/es/estudio-de-mercado.html#tipos_mercado)
- Gonzalez, N., Lopez, G., & Prado, L. (2016). Importancia de la nutrición: primeros 1,000 días de vida. *Acta Pediátrica Hondureña*, 7(1), 597–607. <https://doi.org/10.5377/pediatria.v7i1.6941>
- Cruz, E., Pino, J., Moreno, M., Cañadas, M., & Ruiz-Risueño, J. (2008). Micronutrientes antioxidantes y actividad física: evidencias de las necesidades de ingesta a partir de las nuevas tecnologías de evaluación y estudio del estrés oxidativo en el deporte. *Retos. Nuevas Tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación*, 13, 11–14. <https://doi.org/10.47197/retos.v0i13.35021>
- Flores Solís M.D., Gómez García A. Valenzuela Gandarilla J., Ibarra Bravo O. M., Punzo Bravo G. (2017) Intervención Nutricional en Pacientes con Enfermedad de Parkinson, *Revista de Salud Pública y Nutrición*, 16(2), 28-35. <https://doi.org/10.29105/respyn16.2-4>
- Myriam Quiroa (13 de marzo, 2020). *Competidor*. Economipedia.com
- Carla Hernández Cuellar (27 de marzo, 2015). *Cuota de mercado*. Economipedia.com