

PLEMON

Cindy Yurany FINO CUBIDES

Gina Alexandra GALEANO CORDERO

Boris Ivan RODRIGUEZ GARCIA

**Présenté en vue d'obtenir
LE DIPLÔME DE PROFESSIONNEL EN LANGUES MODERNES**

**Sous la direction de
Angélica CASALLAS**

Programme professionnel en Langues Modernes

Université ECCI

Bogota, Colombie

Juillet 2016

PLEMON

Résumé

Dans le monde entier, la consommation sans restriction aux boissons énergétiques a créé une préoccupation dû au changement du le comportement humain et l'affectation dans la santé chez les sportifs car des ingrédients utilisés pour sa préparation ne sont pas un aide pour la performance de chaque consommateur. Donc, nous prétendons réduire l'utilisation de ce type de boisson par la consommation d'un produit naturel base de Panela colombienne. Afin d'ouvrir une autre porte sur le marché internationale ; nous chercherons l'innovation et promotion d'une vie saine sans plus de possibles difficultés dans l'avenir au domaine sportif au Québec.

Aujourd'hui, l'académie colombienne demande á chaque université la présentation d'un projet d'investigation pour la terminaison des études académiques aux étudiants professionnels. En effet, l'université ECCI compromis avec le pays, nous a donné l'opportunité de développer une recherche ou participer dans un séminaire dans lequel nous pourrons créer une stratégie de marché en langue étrangère.

D'abord, la première motivation pour le faire a été finir l'étape professionnel et réussir le diplôme qui permettra de travailler heureusement dans la société. Ensuite, nous voulons générer une idée innovante qui peu à peu pourra changer la situation de santé et comportement humains chez sportifs.

Définitivement nous espérons sensibiliser les consommateurs de boissons énergétiques au sujet de le problèmes á avenir á cause de la consommation d'ingrédients comme la taurine, caféine et glucosamine pour la performance de quelques activités sportives et faire visible l'existence des différentes manières possibles d'utiliser la Panela comme boisson énergétique.

Mots clés : panela, boissons énergisantes, neuromarketing, polyphénols.

Table des matières

CHAPITRE 1	4
Introduction	4
Justification de l'importance de problème.....	6
Question de recherche et objectifs.....	7
Objectif général	7
Objectifs spécifiques.....	8
CHAPITRE 2	8
Cadre théorique et état de l'art.....	8
Introduction au chapitre.....	8
Cadre théorique.....	8
Panels.....	8
Boissons énergétiques.....	9
Polyphénols.....	10
Neuromarketing	10
État de l'art.....	11
CHAPITRE 3	14
Conception de la recherche	14
Introduction au chapitre	14
Type d'étude.....	14
Contexte.....	14
Participants	15
Instruments de collecte de données	15
CHAPITRE 4	15
Conclusions	15
Introduction au chapitre	15
Comparaison des résultats avec les résultats des études précédentes.....	15
Importance de votre travail de recherche	16
Limite de l'étude.....	16
Projections de la recherche	17
Références	18

CHAPITRE 1

Introduction

Canada, le deuxième plus grand pays du monde, se caractérise par le froid climat qui couvre toute la région nord d'Amérique ; la différence entre l'hiver et des autres saisons n'est pas considérable. Aussi, les trois océans qui sont autour affectent le climat, qui se maintient froid et long du temps après l'hiver ; il est plus et moins la première raison pour laquelle des régions comme Québec présentent un niveau d'humidité très élevé.

A partir du climat et les différents espaces géographiques, ce pays a généré une culture sportive très forte sur des sports d'hiver comme : Hockey sur glace, Skier, Curling, Ski alpin, ski de descente ; Il y a d'autres réguliers comme Basketball, Football, Golf, Lacrosse etc.

Quelque activité sportive normalement cause une perte considérable dans le corps humain des calories, ce composant humain connu comme calories sont les plus importants pour suivre quelque jour sur la terre ; les calories sont l'énergie trouvée sur la nourriture ou boissons sans modifications sur ses composants.

Aujourd'hui, la quantité des boissons énergétiques sont une matière de discussion devant la santé, parce que ce type de boissons ont différents ingrédients qui l'on fait très dangereux comme : la caféine, taurine, du sucre sous forme de glucuronolactone, des vitamines et des édulcorants.

Une étude publiée en 2008 dans la revue *Journal of Adolescent Health*, auprès de 795 étudiants new-yorkais a montré que ceux qui consommaient beaucoup de boissons énergisantes, soit six fois ou plus par mois, avaient en moyenne trois fois plus de risques que les faibles consommateurs et les non consommateurs d'être fumeurs, d'avoir abusé de médicaments, mais aussi de s'être battus violemment durant l'année précédant l'étude. D'autre

PLEMON

part, ils avaient deux fois plus de risques de fumer de la marijuana et d'avoir une consommation problématique d'alcool. (Le journal des femmes, 2016)

Donc, la société est besoin d'un produit unique naturel qui remplace et nourri les corps avec la quantité nécessaire des calories. Dans la Colombie, il y a un produit naturel extraie de la canne à sucre connu comme La Panela; sans ingrédients qui pourront affecter les corps humaine o le comportement humaine, la panela a été reconnu par les consommateurs ne seulement sur la Colombie mais dans le monde entier.

La présentation solide et en poudre sont utilisé pour faire une bonne boisson que permettre ses ingrédients recomposent les corps ; mais dans ce moment il n'y a pas une boisson originelle dans la marche, dans une ville sur la Colombie une entreprise a désigné une boisson ne traite pas avec des ingrédients qui sont très sucre.

Cet ici ou nous travaillons pour innover sur ce produit :

La récente ouverture des portes au Canada, à permettre l'arrive de beaucoup d'immigrants de tout le monde ; l'année dernière, selon à la disposition donne par le gouvernement sur le tableau des matières, a révèle que la capacité du pays a été entre 260 000 et 285 000 nouveaux résidents permanents à la fin du 2015. L'initiative a remarqué l'importance du renforce l'économique sur le pays. [Gouvernement du Canada, GC, 2016-03-29]

Donc, il y a beaucoup d'opportunités pour faire d'affaires et profiter sur une population qui demande le panier de la ménagère très attractif et des produits qui sont indispensable pour suivre.

L'économie entre Colombie et Canada sont liées au moyen de l'accord de libre-échange, lequel a été signée l'année 2008 pendant le mandant d'Alvaro Uribe (Mincomercio, s.d.). Grâce à cela, il a permis que d'agriculteurs colombiennes commenceront à étendre sa niché de marche à la population canadienne.

PLEMON

C'est pour cela que, l'accord de libre-échange que la Colombie a avec Canada permettre que la panela entre au Canada sans payer tarifs et sans aucune limite de quantité (Dinero, 2012) ; ce qui facilite le transport et la distribution à l'intérieur de Canada.

Autre situation qu'est présentée, sont les autres pays qui sont exportateurs de panela, que possiblement peuvent exporter à Canada aussi comment Équateur, Bolivien, Pérou et Inde, ceux qui ont exporté ce produit des pays de l'Asie et de l'Europe (Proexport, s.d.). Par conséquent, si ces pays commencent à exporter panela au Canada, ils seront nos concurrents directs.

De cette manière, nous voulons présenter le problème principale qui résidé sous la consommation massive dès cette type des boissons que sont dangereux chez les corps humaines et des possibles changements sur le comportement humain après d'une consommation excessive.

Justification de l'importance du problème

La panela, est un produit qui est caractérisé pour être cent pour cent organique naturel, grâce à ce qu'il est extrait de la canne à sucre en apportant tous les nutriments essentiels pour l'organisme, comme énergie nécessaire dans le développement de processus métaboliques (Cocina Semana, s.d.). En plus du naturel du produit, celle-ci est élaborée sous les processus de production qui n'inclut pas de type d'additif et de conservateur (Eroski Consumer, 2005) ce qui est d'une grande importance pour la population.

Canada, un pays avec des conditions climatiques extrêmement froides, un pardessus dans la région nord, demande plus à l'être une consommation de calories chez ces personnes qui pratiquent une activité physique, c'est par cela que Plemon a comme objet d'améliorer l'hydratation des sportifs puisque c'est un énergisante naturel pris de boisson avec tous les nutriments essentiels comme carbohydrates, des vitamines et de propres minerais de la panela et à la mesure des exigences de sportifs de haut rendement (Family Doctor, 2011)

PLEMON

Actuellement, la société de consommation se préoccupe d'acquérir des produits alimentaires de plus en plus naturels en abordant non seulement au bon fonctionnement de l'organisme mais aussi à la conservation de l'environnement, c'est par cela que l'un des grands avantages d'acquérir Plemon, il ne consiste pas seulement en qu'est économique mais sa grande valeur nutritive le fait important à côté des boissons énergisantes qui contiennent des additifs préjudiciables pour la santé et qui peuvent arriver à contrecarrer une bonne performance parfaite chez des sportifs de grand rendement.

Question de recherche et objectifs

La question de recherche que nous avons proposé c'est : comment favoriser la consommation massive de « Plemon » face aux boissons énergétiques offertes actuellement sur le marché québécois ?

Objectif général

Positionner la marque de panela liquidée « Plemon » au moyen d'une stratégie du marketing pour sa consommation comment un'énergisant naturel et sain pour des sportifs et citoyens québécois.

Objectifs spécifiques

- Souligner des bienfaits pour le corps humain de la Panela liquidée et stimuler sa consommation plutôt que des boissons énergétiques actuelles.
- Identifier les possibles risques pour la sante par consommation des boissons énergétiques chez des sportifs.

CHAPITRE 2

Cadre théorique et état de l'art

Introduction au chapitre

Par rapport le développement de notre projet, dans ce chapitre nous définirons les concepts plus utilise comme référence de la compréhension absolu de l'information grouper sur le travail. Il y a clarification des concepts originaire dans l'environnement Colombiens et des autres scientifiques.

Cadre théorique

Panela

La panela est une sucrerie naturelle qui provient de la canne de sucre originaire de Colombie, « lequel est produit dans des ateliers à l'échelle du champ où le chauffage se fait à la flamme et l'évaporation des jus de canne se fait à l'air libre » (Abad, 1987) ; étant donné que ce produit n'a pas de processus chimiques, il maintient ses composantes naturelles et porte sur de vitamines et minéraux en grand quantité plus que le sucre blanc.

Son processus de fabrication décrit par Corinne Abad, indique que la méthode suivante : « Le jus sucré est obtenu par broyage de la canne dans un petit moulin en fonte actionné par un moteur. Le jus préchauffé est ensuite épuré par des extraits mucilagineux naturels (écorces d'arbres ou sucres de plantes). Ce jus ainsi clarifié est cuit dans une série de chaudrons métalliques sous lesquels brûle la bagasse préalablement séchée au soleil. Progressivement concentré, le jus se transforme en une masse pâteuse de couleur brune qui durcira après refroidissement. » (1987, p.1)

Il y a deux types de panela, la première c'est le sucre pris en masse, brun, appelé sucre complet qui est produit en Inde et Colombie. Le deuxième type c'est le sucre centrifuge qui est fabriqué en Inde aussi. (Abad, 1987)

PLEMON

C'est important de souligner que grâce à ses multiples utilisations et bienfaits, il est un aliment qui ne manque pas chez les Colombiens, puisqu'elle peut être consommée dans des sucreries, des boissons et comme édulcorant.

Boissons énergétiques

Les boissons énergétiques sont produites stimulant créent avec l'objectif d'augmenter des niveaux d'énergie et concentration dans quelque type de population ; tout ceci pour générer un effet stimulant mental chez des sportifs, les étudiants et exécutifs. Ils sont utilisés pour éviter le sommeil et diminuer l'appétit et réduire le poids, sans importer l'âge, condition physique ou état de la sante. (Cote, Rangel, Sanchez, Medina, 2011).

Ils sont obtenus à partir de mélanger de composants révélés pour une étude de l'Université National de Colombie publique dans la revue de l'école médicale en 2011, qui lui ont défini comment un composé de hydrates de carbone, taurine, protéines, complexe B, caféine, guarana et de ginseng.

Les boissons énergétiques actuellement sont de consommation massive, la société n'est pas consciente de ses risques comme des arythmies cardiaques, tachycardie, augmente dans la fréquence respiratoire, l'ostéoporose, entre autres mentionnés pour l'Université National de Colombie.

Polyphénols

Ils sont des composants qui se trouvent dans les aliments, dont la fonction est d'anti oxyder, en aidant l'organisme à maintenir un état énergétique stable, grâce à la préservation de la qualité nutritionnelle des produits qui ont des polyphénols.

Selon Colina, les polyphénols sont importants pour ses propriétés biologiques, ses effets antioxydants, et sa possible fonction en la prévention de maladies chroniques

PLEMON

dégénératives qui impliquent un stress oxydatif, ainsi comme son effet protecteur contre l'oxydation de lipoprotéines de basse densité (LDL) (6). Ce bienfait à la sante a provoqué beaucoup de recherches afin d'identifier les aliments qui les contiennent, pour ainsi promouvoir sa consommation (2012)

Neuromarketing

Le Neuromarketing est une méthode de commercialisation dont s'objectif est découvrir la raison principal ou temporelle pour laquelle un groupe détermine des personnes ou population s'inclinent dans un produit ou service « *Neuro-sciences are complementary to other studies regarding behaviour, which have been used for a long time. It's just another way to evaluate and measure factors that, until now, were inaccessible. And it is more a method of measuring the preferences, rather than manipulating the choice* ». (Quartz, 2006)

Grace à l'implémentation de cette méthode sera possible que notre produit Plemon peut accomplir avec le mieux facteur d'utilisation de Neuromarketing qui est une opportunité ou catapulte pour visualiser la réalité du marché face du produit qui nous offrirons au Québec. Finalement, Neuromarketing pourra nous aide à « *improve the way companies create and promote products, so they are more interesting, attractive and valuable for consumers.* » (Quartz, 2006)

État de l'art

Les boissons énergétiques sont l'option ou solution très près au public quand nous parlons de récupération formelle des calories après sa perte dans quelque activité sportive ou dans un jour régulier. Particulièrement, ses composent permettent stimule et augmenter la capacité d'attention dans le développement d'une activité qui demande concentration, en effet, l'énergie vitale et la résistance sera plus élevé, donc, il aura répons très rapide par les consommateurs qui ne pourront pas dormir, mais activeront la majorité des alarmes mentales sur le procès (Duque, 2015).

PLEMON

Singulièrement, ce type des boissons sont les plus attractifs dans la marche sur la planète et sont sains si nous le regardons à première vue. Pour cette raison, nous avons trouvé intéressant la mention de ses ingrédients et une petite description qui ouvrira des yeux de beaucoup des consommateurs. Ensuite vous trouveriez énuméré et décrit les principaux composants qui sont :

Taurine

La Taurine est le composant principal de ce type des boissons, catégorisée dans le groupe d'aminoacides, comme l'acide sulfonique naturel est l'unique existant libre dans le tissu musculaire (Duque, p.19). Il existe des reports qui énoncent un effet sur la prévention d'artériosclérose. Mais, il provoque aussi une modification dans le rythme cardiaque, systolique et la pression sanguine après sa consommation. (Argano, 2012)

Savonnier

Un extrait végétal dérivé d'une plante appelée Paullina Cupanal, originaire de l'Amazonie brésilienne, utilisé comme boisson tonique par des tribus indigènes de la région. Il y a des effets bénéfiques pour la santé comme la perte de poids, stimulante du système nerveux et la mémoire. (Duque, p.18)

Caféine

C'est plus trouvé dans les hydrocarbures, utilisé pour augmenter l'état d'âme et diminuer la fatigue, moyennant une stimulation qui produit l'élévation du niveau d'énergie et l'activité mentale (Duque, p 16,36)

Tous les composants ici nommés sont les plus utilisés dans la production des boissons énergétiques, qu'aujourd'hui en relation d'une enquête développée aux États-Unis sur un 51% de la population nous a montré que plus et moins entre 1 et 2 boîtes sont consommées par chaque individu par mois. Aussi, entre les jeunes consommateurs approximativement deux boîtes par jour c'est l'attraitif. (Argano, 2012). Tant que des effets positifs et temporels sont finis sur les corps

PLEMON

humaines, les consommateurs sont exposés à face les possibles réactions adverses qui nous avons trouvé dans le prochain témoignage

A 38-year-old man was brought to the emergency department (ED) because of headache, nausea and vomiting starting 7 days prior to being seen. The hormonal pattern was normal except for noradrenaline values that were twofold above the normal range (966 pg/ml), and a slight increase in the values of adrenaline (268 pg/ml) while antihypertensive treatment was given. An echocardiography showed only a first degree diastolic dysfunction with normal wall thickness confirming the recent onset of hypertension. We investigated whether the patient was a habitual or occasional drug abuser. The patient said he started drinking, about 4 days before symptoms arose, five Red Bull cans/day because of stress in the workplace. (Argano, 2012)

La capacité destructive des boissons énergétiques après sont consommations c'est un facteur qui prit des consommateurs en danger du mort. Si nous parlons des athlètes, existe la possibilité de souffrir une tachycardie par une réaction vasovagaux après une consommation excessive (Argano, 2012)

D'autre part, il y a besoin d'un produit qui remplace l'utilisation de ce type de boissons, capable d'augmenter l'énergie et protéger chaque système du corps humain. En relation à ce besoin, il existe une matière première obtenue à l'évaporation des jus de canne de sucre connue comme la Panela. Il existe en poudre et bloc rectangulaire sur la marche colombienne et indienne ; sa naturelle production lui permet de conserver ses composants comme vitamines, calcium, phosphore et sa valeur calorique qui oscille entre 312/314Kcal (Abad, 1987).

En ce moment, son utilisation a donné un bon voir en relation des bienfaits trouvés dans le mélange avec des fruits comme le citron qui significativement élève la quantité de polyphénols, cette élévation remarque une plus grande concentration d'oxydants que finalement aide la

PLEMON

performance dans quelque activité et préventivement protègera les corps du radicaux libres dans l'environnement (Colina, 2012).

Vraiment, il y a d'opportunité de couvrir le besoin global de la boisson énergétique naturelle quand nous regardons les résultats obtenus dans un investigation du camp où après mélanger la Panela et des fruits la quantité d'énergie est considéré sufficit en relation de la valeur calorique pour être nommé sur le groupe de boissons énergétiques avec une totalité de 44Kcal/100ml (Ayo,2015).

Pour cette raison, nous considérons faisable de la production et commercialisation d'une boisson que changera et aidera la population Québécoise.

CHAPITRE 3

Conception de la recherche

Introduction au chapitre

Dans cette chapitre nous allons donner à connaitre des critères de recherche sous lesquelles la recherche est réalisée pour l'implémentation de Plemon comme produit naturel à la place des traditionnels boissons énergétiques dans la région Québec.

Type d'étude

Le type d'étude appliqué dans notre projet c'est exploratif puisque nous nous appuyons dans l'analyse de facteurs relationnels avec la problématique comme est la consommation de boisson énergétiques, nous sommes partis à la recherche et ensuite à découvrir d'une marche potentiellement grande pour la distribution de Plemon .

Contexte

Le contexte ou notre travail est dans la province Canadien de Québec, puisque c'est une région francophone où le climat est froid, ce que fait que la population demande de boisson avec calories qui génèrent énergie pour tous leurs activités quotidiennes et pour la pratique des sports.

Participants

Les participants de ce travail sont des sportifs principalement, entant donné qu'ils besoin de stimulants que lui permettre avoir une meilleure performance physique au cours de leurs activités. D'autre part, Plemon aussi est appropriée pour le public en général qui habite en Québec.

Instruments de collecte de données

L'instrument que nous que nous avons en compte pour la collecte de données ont été des antécédents et risques en l'élevé consommation de boisson énergétiques pour part des

PLEMON

sportifs de hautes performances et population en général ainsi que aussi des bienfaits de la consommation de la panela comme apporteur d'énergie selon études précédents.

CHAPITRE 4

Conclusions

Introduction au chapitre

Ensuite nous présentons des conclusions de la recherche réalisée pour réduire la consommation de boisson énergétiques et promouvoir la panela comme apporteur d'énergie dans la région de Québec.

Comparaison des résultats avec les résultats des études précédentes

À l'intérieur de la recherche que nous avons fait, nous avons trouvé des études précédentes où la panela est présentée comme un produit idéal pas juste pour de boisson énergétiques mais aussi comme sucre ou part des desserts. Selon une étude de l'université de Venezuela, en mélange avec le citron, pêche ou mandarine le produit final génère des polyphénols lesquels s'acquittent la fonction d'antioxydant dans le corps humain en la prévention de maladies dégénératives.

Pour outre part, l'Université National de Colombie a publié un article dans lequel ils décrivent les risques de la consommation de boisson énergétiques en excès puisque le résultat peut arriver à être mortel grâce à ce qu'il est vérifié qu'un pourcentage de la population consomme jusqu'à deux fois par semaine ce type de boissons pour augmenter son rendement physique.

Importance de votre travail de recherche

Actuellement la société ne comprend pas différents risques ceux qui sont exposés, grâce à la consommation massive de certains produits hautement nocifs pour la santé comme sont les boissons énergisantes, c'est par cela que notre projet essaie de montrer une nouvelle alternative non seulement d'une hydratation mais aussi une nutrition

PLEMON

complètement naturelle pour ceux qui désirent se maintenir actifs sans importer l'activité physique qu'ils pratiquent.

Limite de l'étude

Durant le développement de la recherche divers limitantes sont présentés comme connaître le point de vue du public cible auquel le produit est dirigé puisque nous nous trouvons au Sud l'Amérique et les consommateurs au Canada ; à l'égal il est important d'identifier non seulement les nécessités de la population mais aussi les raisons auxquelles sont une plus grande inclination à un autre type de boisson encore de connaître les possibles risques de sa consommation.

Projections de la recherche

Réduire la consommation per capita des boissons énergétiques sur la marche Québécois et présenter un produit complet capable de rénover l'énergie physique chez athlètes.

Elever la production du Plemon dans un niveau où il sera nécessaire d'avoir plus quantité de Panela, ainsi, générer des opportunités du travail.

A futur établir sponsoriser quelque sportif sur un sport spécifique et des évènements sportifs.

Références

Abad, C. (1987). Fabrication de Sucre Complet : Dossier d'ingénierie. Section Ingénieurs Industries Alimentaires Régions chaudes. Pag 1

Argano, C., Colomba, D., Di Chiara, T., & La Rocca, E. (2012). Take the wind out your sails: relationship among energy drink abuse, hypertension, and break-up of cerebral aneurysm. *Internal and emergency medicine*, 7, 9-10.

Cocina Semana.com. (s.d.). Azúcar Vs Panela. 16 de Juin de 2016, Repéré à Cocina Semana.com. Repère a Page web: <http://www.cocinasemana.com/versus/versus/azucar-vs-panela/27458>

Colina, J., Guerra, M., Guilarte, D., & Alvarado, C. (2012). Contenido de polifenoles y capacidad antioxidante de bebidas elaboradas con panela. *Archivos Latinoamericanos de Nutrición*, 62(3), 303.

Cote, M. Rangel, C. Sánchez, M. Medina, A. (2011) Bebidas energizantes: ¿hidratantes o estimulantes?. *Revista Facultad de Medicina Universidad Nacional*. Vol. 59.

Dooley, R. (2011). *Brainfluence: 100 ways to persuade and convince consumers with neuromarketing*. John Wiley & Sons.

Duque, H., & Patricia, A. (2015). Caracterización del consumo de bebidas energizantes en una muestra de trabajadores de la economía formal en Bogota en el periodo comprendido entre Enero y Octubre de 2015.

Eroski Consumer. (2005). La panela, el azúcar más puro. 16 de Juin de 2016, Repéré à Eroski Consumer Page web:

PLEMON

http://www.consumer.es/web/es/alimentacion/aprender_a_comer_bien/curiosidades/2005/01/11/115024.php

FamilyDoctor.org. (2011). Nutrición para deportistas. 16 de Juin de 2016, Repéré à FamilyDoctor.org page web: <http://es.familydoctor.org/familydoctor/es/prevention-wellness/exercise-fitness/exercise-basics/nutrition-for-athletes.html>

Gouvernement du Canada. (2016) Rapport sur les plans et les priorités de 2015-2016. 16 de Juin 2016, Repère a : <http://www.cic.gc.ca/francais/ressources/publications/rpp/2015-2016/>

Le Journal Des Femmes. (2016). Boissons énergisantes - Dangers pour les jeunes. 16 de Juin de 2016, de Le Journal Des Femmes Page web: <http://sante-medecine.journaldesfemmes.com/faq/6028-boissons-energisantes-dangers-pour-les-jeunes>

Mincomercio, Industria y Turismo. (s.d.). Resumen del tratado de Libre Comercio entre Canada y Colombia. 16 de Juin de 2016, de Mincomercio, Industria y Turismo Page web: <http://www.tlc.gov.co/publicaciones.php?id=72>

Proexport Colombia. (s.d.). Informe Comercio de Panela. 16 de Juin de 2016, de Proexport Colombia Page web: <http://www.panelamonitor.org/media/docrepro/document/files/comercio-exterior-panela-proexport-colombia.pdf>

Quartz, S. Dragolea L., Cotîrlea D. (2011). Neuromarketing – between influence and manipulation. Polish journal of management studies. Vol.3. 23 de Juin de 2016, de : https://www.google.com.co/search?q=%2Fhttpjms_zim_pcz_plpdfjms3neuromarketing20-between20influence20and20manipulation.pdf&oq=%2Fhttpjms_zim_pcz_plpdfjms3neuromarketing20-between20influence20and20manipulation.pdf

PLEMON

arketing2020between20influence20and20manipulation.pdf&aqs=chrome..69i57.3832j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8

Revista Dinero. (2012). Los TLC abren las puertas al sector panelero colombiano. 16 de Juin de 2016, Repéré à Revista Dinero Page web:
<http://www.dinero.com/actualidad/noticias/articulo/los-tlc-abren-puertas-sector-panelero-colombiano/160301>