



**UNIVERSIDAD NACIONAL  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
MAESTRÍA EN MERCADEO Y VENTAS**

Asesoría para el posicionamiento estratégico y percepción de la empresa Grupo INVE, en el Mercado de *Life Science* durante el cuarto trimestre del 2024.

Grupo INVE: Ingeniería Verde

Estudiantes:

Diana Cheung Chang

Fabiola Peraza Alfaro

Max Solano Díaz

Diciembre, 2024

# NOTA IMPORTANTE

El siguiente TFG tiene una solicitud de confidencialidad, solo se mostrarán los siguientes apartados:

1. Resumen Ejecutivo (página 7)
2. Introducción (página 8)
3. Reseña de la empresa, específicamente:
  - 3.1 Empresa Grupo INVE
  - 3.2 Marco Filosófico (solo página 9)
4. Segmentación del mercado, punto 6 (páginas 26-27)
5. Objetivo General y 14.1 Objetivos Específicos (página 38)
6. Conclusiones (página 70-71)
7. Bibliografía (páginas 92-95)

# 1. Resumen Ejecutivo

Grupo INVE es una empresa fundada en 1965 en el sector industrial, que ha crecido de forma consistente, apostando por la innovación y la creación de nuevos negocios. El grupo se consolida en cinco áreas clave: Industrial, Agro, Financiera, Inmobiliaria y Comercial. Actualmente Grupo INVE es líder en distribuir productos y marcas necesarias para la detención temprana de contaminantes biológicos y seguridad durante todo el proceso de manufactura en el sector alimenticio dentro de Costa Rica.

El sector de *Life Science* ha crecido exponencialmente estos últimos años, tomando liderazgo en las exportaciones en el país y quitando este puesto del sector alimenticio, lo cual ha llevado que las empresas como Grupo INVE estén buscando diversificar su cartera de negocio ante este gran crecimiento.

Ante esta problemática, se desarrolla una estrategia que posicione a Grupo INVE dentro del sector de *Life Science*. Para ello, se realiza un análisis de percepción inicial de Grupo INVE con actores clave del sector junto con los productos esenciales para la continuidad de sus procesos y los canales de comunicación más efectivos para captar la atención del mercado meta.

De esta manera, Grupo INVE obtiene información de cuál es la percepción que tiene actualmente dentro del sector de *Life Science* con sus puntos de mejora para que las empresas de este sector puedan considerarlos como proveedores, al igual de herramientas claves para interactuar directamente con estas empresas en eventos, ferias u otros.

Además, realizar ajustes estratégicos en sus diferentes plataformas sociales para la adaptación de su identidad visual, la mejora de su presencia *online* y el fortalecimiento de su red de contactos en la industria para así transformar su experiencia actual en el sector de alimentos al mercado de *Life Science* representando un paso estratégico hacia la diversificación de su cartera de negocio.

## 2. Introducción

Costa Rica ha demostrado una gran capacidad de mano de obra, lo que ha llevado a muchas transnacionales a abrir operaciones de producción en nuestro país, especialmente en las industrias médicas, donde su crecimiento ha sido exponencial en los últimos años.

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), “en el segundo trimestre del 2023, los instrumentos y aparatos médicos sumaron el 11,66% de las exportaciones, seguido por jeringas, agujas, catéteres y cánulas con un 10,08% y aparatos de prótesis con un total de 7,31%” (Miranda, 2023).

Las empresas de *Life Science* que operan en las zonas francas de Costa Rica se enfrentan a una competencia intensa y al ser productos para la salud humana se requiere de altos estándares de calidad para garantizarle al consumidor final una mejora en su calidad de vida. Para asegurar que sus procesos cumplan con estas exigencias, requieren productos y servicios que les permitan verificar y garantizar la calidad de su producción de manera constante. Este entorno competitivo y con una gran responsabilidad como la vida de sus pacientes presenta una oportunidad significativa para empresas proveedoras especializadas en la distribución y capacitación en productos para el aseguramiento de calidad.

Grupo INVE, con más de 20 años de experiencia en la distribución y asesoría en la industria alimenticia, considera una oportunidad estratégica la expansión su cartera de servicios al sector de *Life Science*. El plan para 2025 implica una penetración efectiva en este nuevo mercado respaldada por una estrategia de comunicación que permita a Grupo INVE posicionarse de manera destacada, conociendo de antemano aspectos que deben mejorar, modificar y aplicar para que esto suceda.

El objetivo general de esta consultoría es desarrollar una estrategia de posicionamiento para Grupo INVE en el mercado de *Life Science*, para conocer las vías de comunicación más efectivas que generen una percepción favorable entre los actores clave del sector durante el cuarto trimestre del 2024.

### 3. Reseña de la empresa

#### 3.1. Empresa Grupo INVE

Grupo INVE se distingue por ofrecer soluciones biotecnológicas avanzadas y tecnologías que garantizan la calidad en una amplia gama de sectores industriales. Forma parte de un grupo visionario fundado en 1965 en el sector industrial, que ha crecido de forma consistente, apostando por la innovación y la creación de nuevos negocios. El grupo se consolida en cinco áreas clave: Industrial, Agro, Financiera, Inmobiliaria y Comercial. Esta última, enfocada en el sector químico, cuenta con más de 20 años de experiencia atendiendo a Centroamérica y el Caribe. Actualmente, la empresa cuenta con un equipo de 236 colaboradores, entre los que destacan más de 60 técnicos especializados en diversos procesos e industrias de la región.

A lo largo de los años, Grupo INVE ha evolucionado para ofrecer soluciones integrales que optimizan recursos, mejoran el rendimiento y garantizan la calidad de los productos. Su portafolio abarca diversas áreas, tales como materias primas, especialidades químicas, ingeniería de alimentos, tratamiento de aguas, inocuidad (limpieza y desinfección), métodos rápidos de calidad, dispositivos médicos y el laboratorio acreditado Analisalab bajo la norma ISO 17025 (Grupo INVE, s.f.).

#### 3.2. Marco Filosófico

El marco filosófico en una empresa se refiere al conjunto de valores, principios y creencias que orientan la cultura organizacional, la toma de decisiones y las interacciones con los accionistas. Este proporciona una base para definir la misión, visión y ética de la organización, estableciendo un contexto para el comportamiento empresarial y la estrategia (Harrison & Wicks, 2013).

Grupo INVE no cuenta con misión ni visión; en cambio, se guía por un propósito central que define su razón de ser. A diferencia de la misión (lo que hacemos) y la visión (hacia dónde vamos), el propósito actúa como una guía que inspira las acciones y decisiones a todos los niveles. El propósito de INVE es: "*Confía, hacemos que las cosas sucedan*". Un INVEncible vive los valores de INVE: Integridad, Nobleza, Verdad y Excelencia.

## 6. Segmentación del Mercado

La siguiente información proviene de literatura citada y ha sido creada y publicada por CINDE. Este organismo proporciona un análisis detallado sobre el ecosistema de Life Science en Costa Rica, destacando su desarrollo, impacto y tendencias clave en la industria.

Costa Rica desarrolla un ecosistema sólido para la industria de *Life Science*, acogiendo a más de 70 multinacionales especializadas en tecnología y dispositivos médicos, lo que contribuye al bienestar global. Este sector enfrenta el desafío constante de adaptarse a la rápida transformación global, impulsada por tendencias como el Internet de las Cosas (IoT), la salud digital (*e-health*), la automatización y el uso de nuevos materiales.

El mercado objetivo incluye principalmente a las empresas que se establecen en Costa Rica en los últimos cinco años, buscando optimizar sus procesos productivos. Estas organizaciones necesitan desarrollar bases de datos de proveedores que les ofrezcan productos de manera ágil, además de herramientas que garanticen la esterilidad y permitan detectar fallos en tiempo real, reduciendo así las pérdidas económicas por defectos en sus dispositivos (CINDE, s.f.).

Este sector abarca tanto el desarrollo como la producción de una amplia gama de dispositivos médicos y productos farmacéuticos, que cubren desde el diagnóstico hasta el tratamiento y monitoreo de pacientes. Costa Rica se posiciona como un destino privilegiado para las operaciones de tecnología médica, albergando a 7 de las 20 principales empresas de dispositivos médicos a nivel mundial (CINDE, s.f.).

El crecimiento acelerado de esta industria se debe a la estrecha colaboración entre el sector público y privado, lo que subraya la capacidad del país para atraer empresas que buscan manufactura y servicios de alto valor agregado. Este entorno favorece la creación de nuevas oportunidades tanto para las empresas que desean integrarse en la industria de ciencias de la vida como para aquellas que buscan innovar y desarrollar productos dentro del país (CINDE, s.f.).

La segmentación del mercado se enfoca en tres grandes grupos, tal como se presenta de seguido.

## 6.1. Tecnología Médica

Este mercado ofrece soluciones integrales para la tecnología médica, abarcando desde la fabricación de dispositivos médicos de Clase I a Clase III hasta la investigación y desarrollo. Las empresas en este sector cuentan con experiencia que incluye aplicaciones en áreas como cardiovascular, dental, endoscopia, administración de medicamentos, neuro-endovasculares, neuro-modulación, óptica, ortopedia, medicina deportiva, otorrinolaringología, y equipos de diagnóstico y quirúrgicos. Además, manejan tecnologías como el Internet de las Cosas (IoT), automatización, servicios corporativos, logística y cadena de suministro (CINDE, 2024).

## 6.2. Farmacéutica

Este sector se mantiene a la vanguardia en pruebas de medicamentos, ensayos clínicos, análisis de datos de pacientes, farmacovigilancia, fabricación y envasado. Las empresas del sector se posicionan como la opción preferida para la implementación de procesos complejos y de alto valor añadido en la industria farmacéutica (CINDE, 2024).

## 6.3. Biotecnología

Este sector ha logrado avances significativos en biotecnología, incluyendo la aplicación de nanotecnología para la detección del cáncer de páncreas y la reducción de metástasis, el desarrollo de suero anti veneno de serpiente, estudios en genética vegetal, mejora de prácticas de cultivo y la investigación de nuevos biomateriales (CINDE, 2024).

[Redacted content]

## 14. Objetivo General

Desarrollar una estrategia de posicionamiento para Grupo INVE en el mercado de *Life Science*, en conjunto con las vías de comunicación más efectivas que generen una percepción favorable entre los actores clave del sector durante el cuarto trimestre del 2024.

### 14.1. Objetivos Específicos

- Detallar la percepción inicial de Grupo INVE con actores clave del sector *Life Science*.
- Identificar los productos clave del catálogo de INVE que mejor se adapten a las necesidades y expectativas del sector *Life Science*.
- Plantear los canales de comunicación B2B más efectivos para generar una percepción favorable de Grupo INVE.



## 16. Conclusiones

Con respecto a la percepción de Grupo INVE ante el sector *Life Science*, se recomienda implementar cambios específicos que ayuden a la empresa a posicionarse en la mente de su mercado objetivo, logrando que se perciba como una organización con el potencial de distribuir de manera responsable y efectiva a empresas de este sector.

Una de las principales recomendaciones es la creación de una identidad de marca alternativa para diferenciar los servicios y productos orientados a la industria de alimentos de aquellos dirigidos al sector de *Life Science*. Esto incluye el uso de una paleta de colores distinta y otra tipografía. Esta nueva presentación permite a Grupo INVE generar valor de manera específica y relacionarse mejor con ambas industrias.

En cuanto a su presencia digital, se recomienda renovar el perfil de Grupo INVE en LinkedIn para reflejar de manera clara su alcance geográfico, capacidades y casos de éxito. Es importante incorporar contenido que inspire confianza en el sector *Life Science*, como métricas comprobables, certificaciones y ejemplos de colaboraciones previas en la industria médica.

Además, se sugiere una reestructuración de la página web de Grupo INVE, la cual debe enfocarse en organizar la información para que sea más accesible y clara, destacando las marcas distribuidas y mejorando la navegación del sitio. Se recomienda dar prioridad a la visibilidad de los productos y servicios más relevantes para el sector *Life Science*, incorporando estudios de caso reales, testimonios verificables y resultados cuantificables de proyectos previos.

Una de las recomendaciones clave es hacer uso de todas las herramientas digitales disponibles para garantizar la propuesta de valor de Grupo INVE. Esto incluye controlar el VMI (*Vendor Managed Inventory*), asegurando que los productos y servicios estén siempre disponibles para satisfacer las necesidades del sector *Life Science*. Asimismo, es fundamental invertir en la investigación y capacitación del personal para garantizar que pueda abordar los problemas específicos que esta industria enfrenta, manteniendo así un alto nivel de satisfacción y eficiencia operativa.

Es importante mantener un enfoque en áreas clave del negocio, pero también realizar evaluaciones constantes de los resultados y los pros y contras que los procesos muestren, con el fin de garantizar la continuidad operativa de la empresa y la satisfacción del cliente, asegurando que Grupo INVE se mantenga competitivo y eficiente dentro de un sector en constante evolución.

Por otro lado, se sugiere realizar la inclusión de Grupo INVE en PROCOMER, de manera que pueda formar parte de la red de distribuidores consultada por muchas empresas *de Life Science* para identificar nuevos proveedores. Una vez completados estos ajustes, puede iniciarse la búsqueda de contactos clave y el establecimiento de una comunicación directa con el mercado meta.

Se sugiere organizar un evento para un público estratégico, con el objetivo de aumentar la visibilidad de la organización en el sector deseado. La estrategia BTL es una de las opciones más efectivas para consolidar a Grupo INVE como un proveedor aliado en la industria de *Life Science*. Esta estrategia permite una comunicación cercana y directa con el público objetivo, fortaleciendo el vínculo entre cliente y proveedor. Además, ofrece la oportunidad de interactuar directamente con los productos y servicios, mejorando tanto el conocimiento como la percepción de la marca (Kotler y Keller, 2016).

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

## Bibliografía

Amador-Mercado, C. Y. (2022). *El análisis PESTEL*.

<https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/prepa1/article/view/8263>

Banco Central de Costa Rica. (2024). *Junta Directiva del BCCR mantiene la tasa de política monetaria en 4,75% anual*.

[https://www.bccr.fi.cr/publicaciones/DocPolticaMonetariaInflacin/ComunicadoPoliticaMonetaria\\_05-2024.pdf](https://www.bccr.fi.cr/publicaciones/DocPolticaMonetariaInflacin/ComunicadoPoliticaMonetaria_05-2024.pdf) (No 05-2024). Banco Central de Costa Rica. [https://www.bccr.fi.cr/publicaciones/DocPolticaMonetariaInflacin/ComunicadoPoliticaMonetaria\\_05-2024.pdf](https://www.bccr.fi.cr/publicaciones/DocPolticaMonetariaInflacin/ComunicadoPoliticaMonetaria_05-2024.pdf)

Baptista, M. V., Del Fátima León, M., & Mora, C. (2012). *Neuromarketing: Conocer al Cliente por sus Percepciones* (Neuromarketing: know customers through their perceptions).

DOAJ (DOAJ: Directory of Open Access Journals).

<https://doaj.org/article/0b64015562584030b9dfe04dffe5ffd5>

Burgada, B. B. (2022). Así influye en tu pensamiento el «efecto halo» cuando conoces a una persona. *La Vanguardia*.

<https://www.lavanguardia.com/vivo/psicologia/20220527/8297357/efecto-halo-psicologia-conocimiento-nbs.html>

*California prohibió 4 aditivos alimentarios. Esto es lo que hay que saber.* (2023). Nytimes.

<https://www.nytimes.com/es/2023/10/28/espanol/aditivos-alimentarios-prohibidos-california.html>

CINDE (s.f.). *PROCOMER retira también aporte a CINDE* #CINDE #CostaRica.

<https://www.cinde.org/es/noticias/procomer-retira-tambien-aporte-a-cinde>

CINDE | *Oportunidades Para Empresas Farmacéuticas en Costa Rica* #CINDE #CostaRica.

(s.f.). [cinde.org](https://www.cinde.org). <https://www.cinde.org/es/sectores/manufactura-inteligente/ciencias-vida>

CINDE (s.f.). *CRx Life Sciences prepara una expansión que potenciará la industria de ciencias de la vida en la región, haciéndose todo desde Costa Rica* #CINDE #CostaRica.

<https://www.cinde.org/es/noticias/crx-life-sciences-prepara-una-expansion-que->

potenciara-la-industria-de-ciencias-de-la-vida-en-la-region-haciendose-todo-desde-costarica

Clow, K. E., Baack, D. E., & Baack, P. D. (2012). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*. Prentice Hall.

Creswell, J. W. (1994). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*.

[http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n3/resenas/research\\_design\\_qualitative\\_quantitative\\_and\\_mixed\\_methods\\_approaches.pdf](http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n3/resenas/research_design_qualitative_quantitative_and_mixed_methods_approaches.pdf)

Deinsa. (s.f.). *Deinsa*. <https://deinsacr.net/>

Digital, B. (2024, 8 enero). *Posibles desafíos regulatorios en la industria alimentaria de Estados Unidos en 2024 - Procomer Costa Rica*. Procomer Costa Rica.

[https://www.procomer.com/alertas\\_comerciales/posibles-desafios-regulatorios-en-la-industria-alimentaria-de-estados-unidos-en-2024/](https://www.procomer.com/alertas_comerciales/posibles-desafios-regulatorios-en-la-industria-alimentaria-de-estados-unidos-en-2024/)

Gómez, J. (2021). *Metodologías en estudios de mercado B2B: Estrategias para sectores regulados*. Editorial Académica.

Grayrids. (s.f.). *Ministerio de Comercio Exterior*. <https://www.comex.go.cr/sala-de-prensa/comunicados/2024/enero/cp-2930-exportaciones-de-bienes-en-costarica-crecen-un-15-5-en-el-2023/>

Grupo INVE. (s.f.). <https://www.grupoinve.com/>

Harrison, J. S., & Wicks, A. C. (2013). Stakeholder Theory, Value, and Firm Performance. *Business Ethics Quarterly*, 23(1), 97-124. <https://doi.org/10.5840/beq20132314>

INEC (s.f.). *Variación Interanual del índice de precios al consumidor vuelve números positivos por primera vez después de un año*. Tomado de <https://inec.cr/noticias/variacion-interanual-del-indice-precios-al-consumidor-vuelve-numeros-positivos-primera-vez>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.

Krueger, R. A., & Casey, M. A. (2015). *Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

- MCI. (2024). *MCI laboratorio de dispositivos médicos y productos farmacéuticos*. <https://mci-cr.com/conoce-mci/#mci>
- Miranda, H. (2023, 13 septiembre). ¿Puede Costa Rica llegar a ser un centro mundial de la industria de dispositivos médicos? - Radioemisoras UCR. *Radioemisoras UCR*. <https://radios.ucr.ac.cr/2023/09/interferencia/costa-rica-dispositivos-medicos/>
- Morales, R. (2022). *Investigación y segmentación de mercado en sectores especializados*. Ediciones Empresariales
- Ortega, G. (2024). Alza de 70% en costo global de fletes empieza a sentirse en Costa Rica, afirman importadores. *La Nación*. <https://www.nacion.com/economia/indicadores/alza-de-70-en-costo-global-de-fletes-empieza-a/EAIN7VOLPJCQNNPUEUFLHWFDAY/story/>
- Ponce, T. (2007). La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 12(1), 113-130.
- Quintero, J., & Sánchez, J. (2006). *La cadena de valor: Una herramienta del pensamiento estratégico*. Redalyc.org. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99318788001>
- Sharma, A., Sharma, N., & Luthra, G. (2023). The Crucial Role of Microbiological Testing in Ensuring Safety and Efficacy of Medical Devices: An Overview. *Journal Of Pharmaceutical Research International*, 35(12), 47-55. <https://doi.org/10.9734/jpri/2023/v35i127364>
- Smith, J. (2020). *Estrategias digitales para empresas independientes: Cómo crear una presencia de marca sin un conglomerado*. Editorial de Marketing Digital.
- Summa, R. (2022). Costa Rica: Zona Franca La Lima en Cartago se expande y adquiere 200.000 m<sup>2</sup> -. *Revista Summa*. <https://revistasumma.com/costa-rica-zona-franca-la-lima-en-cartago-se-expande-y-adquiere-200-000-m2/>
- Tecno Diagnóstica | *Productos y soluciones para Laboratorios Clínicos, Banco de Sangre, Investigación e Industria*. (s.f.). <https://tecnodiagnostica.com/>

Usaga Barrientos, Ph. D. J. (2020, 30). *La industria agroalimentaria costarricense es una actriz silenciosa en la lucha contra la pandemia*. Universidad de Costa Rica.

<https://www.ucr.ac.cr/noticias/2020/04/30/voz-experta-la-industria-agroalimentaria-costarricense-es-una-actriz-silenciosa-en-la-lucha-contra-la-pandemia.html>

Vicedo, J. M. (2024, 5 septiembre). *Prospectiva: 7 grandes avances en tecnología alimentaria*.

AINIA. <https://www.ainia.com/ainia-news/prospectiva-7-grandes-avances-tecnologia-alimentaria/>

Yire médica. (s.f.). <https://yiremedica.co.cr/>