

ANALISIS DE TENDENCIAS



INGREDIENTES Y PRODUCTOS NATURALES

- Quito, Abril 2008 -

CONTENIDO

INTRODUCCION

OBJETIVOS

METODOLOGÍA

CONCEPTUALIZACIÓN

SITUACION GENERAL DEL SECTOR

SEGMENTOS

TENDENCIAS

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

INTRODUCCIÓN

Ante el crecimiento sostenido presentado por los ingredientes y productos naturales durante los últimos años y su potencial de exportación y diversificación mostrado, es trascendental efectuar los estudios y análisis necesarios que permitan continuar impulsando el desarrollo de este sector.

INTRODUCCIÓN (2)

- Ingredientes naturales son bienes, obtenidos generalmente a partir de plantas, y utilizados por la industria esencialmente en la elaboración de productos cosméticos, farmacéuticos y alimenticios.
- Productos naturales son bienes que han pasado por un proceso para ser elaborados.

OBJETIVO GENERAL

Determinar y analizar las principales tendencias que repercuten en el desarrollo de los ingredientes y productos naturales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Enfocar la oferta exportable en base de las tendencias de la demanda.
2. Identificar posibles productos-mercados.
3. Contribuir con una herramienta para las empresas y apoyar en la toma de decisiones comerciales.

METODOLOGÍA

La Metodología a ser aplicada en el siguiente análisis de tendencia es investigativa - analítica y se detalla a continuación:

1. Búsqueda y Recopilación de información.
(Fuentes secundarias como internet, documentos y estudios)
2. Análisis de información.
3. Sistematización.
4. Conclusiones y Recomendaciones.
5. Taller participativo de difusión.

CONCEPTUALIZACIÓN

Tendencia es un patrón de comportamiento de los elementos de un entorno particular durante un periodo de tiempo; en términos del análisis técnico, la tendencia es simplemente la dirección o rumbo del mercado.

La Tendencia tiene 3 direcciones:

- A la Alza.
- A la Baja.
- Constante.

ESTRUCTURACIÓN

El análisis de cada segmento presentará el siguiente contenido:

- 1.- Introducción al segmento.
- 2.- Tendencias Cuantitativas.- definen la tendencia en términos numéricos.
- 3.- Tendencia Cualitativa.- definen el rumbo del mercado en términos específicos y literales.
- 4.- Ejemplos de Productos.

SITUACIÓN GENERAL DEL SECTOR

- En el Ecuador, las principales provincias identificadas de cultivo son: Loja, Chimborazo, Bolívar, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua y Guayas.
- En el país son conocidas aproximadamente 500 especies de plantas medicinales, de las cuales 228 son las más utilizadas y 125 son las más comercializadas.
- Se estima que la superficie cultivada con plantas aromáticas y medicinales son aproximadamente 600 hectáreas.

SITUACIÓN GENERAL DEL SECTOR (2)

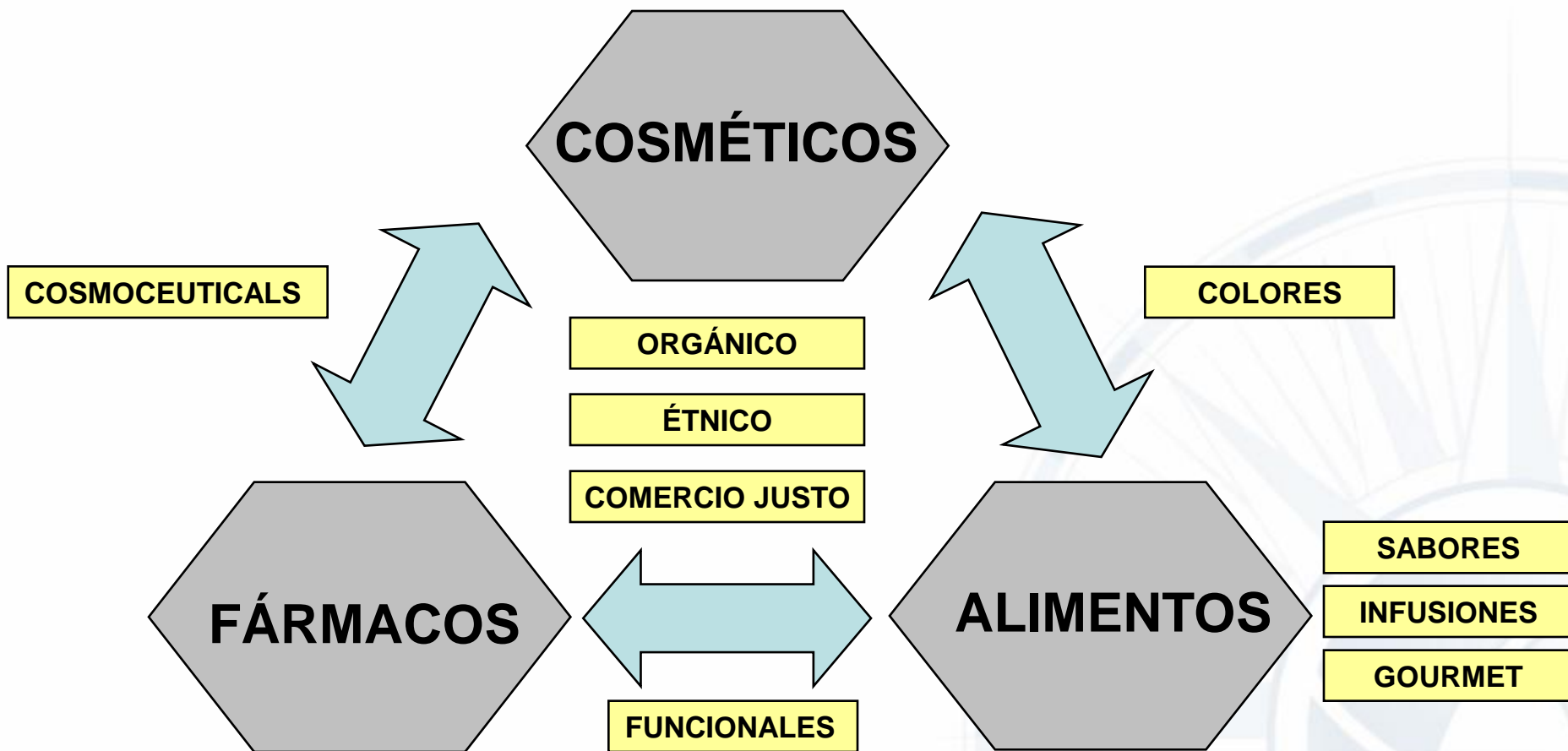
- Se estima un rendimiento de 6kilos/m²/año, es decir, 60 toneladas métricas por hectárea.
- El sector de productos naturales emplea a 18.550 personas aproximadamente.
- Las exportaciones de hierbas aromáticas y medicinales en el 2007 fueron de 2918,99 TM, representando USD. 6´407.350 millones FOB.
- Estados Unidos es el mayor importador con una participación del 63,16%, seguido de Francia con el 9,4%, Puerto Rico 7,26%, Alemania 6,61% e Italia 5,21%.

SEGMENTOS

Segmento es un grupo de consumidores con diferentes deseos, preferencias de compra o estilo de uso de productos. Mientras que un nicho es parte de un segmento cuyas necesidades no están siendo atendidas.

Para el análisis se han definido los siguientes segmentos debido a la importancia y participación que cada uno de ellos ha venido tomando en el mercado y su posible interacción con los productos naturales del Ecuador.

SEGMENTOS (2)



INGREDIENTES NATURALES:

Presentan participación en todos los segmentos mencionados.



COSMÉTICOS NATURALES

- Son todas las preparaciones y elementos naturales de uso externo para acondicionar y embellecer el cuerpo.
- Su uso está extendido entre las mujeres y ocasionalmente entre los hombres, según los distintos tipos de culturas.
- La industria cosmética actual está dominada por una serie de multinacionales que surgieron a principios del siglo XX.
- La Unión Europea es el productor más grande del mundo de cosméticos, seguidos a distancia por EE.UU. y Japón.

COSMÉTICOS NATURALES

Representa el 4.5% Mercado Cosmético

La tasa de crecimiento promedio es del 9% anual

- Colágeno • Manzanilla
- Uña de Gato • Jengibre
- Canela • Aloe Vera

[INGREDIENTES COSMETICOS.xls](#)

Gasto Anual / persona:

- Europa: \$125
- Japón: \$123
- Norte América: \$110

Mercado 6 billones de Euros
EE.UU 20%, UE 47%
(73% Alemania, RU, Italia, Francia y España)

Cosméticos naturales

Empresas Cosméticas Invierten hasta 25% de ganancias en desarrollo de productos naturales

Unilever (Holanda), L'Oreal (Francia), Wella y Beiersdorf (Alemania)

- Cosméticos Decorativos
- Perfumes
- Cuidado Piel y cabello
- Artículos de Baño

[MERCADO EUROPEO DE PRODUCTOS COSMETICOS.doc](#)

COSMÉTICOS NATURALES

**Creciente
interés de consumidores
en lo Natural**

**Por ejemplo:
• Crema hidratante
de jojoba**

**Hombres se preocupan
cada día más por su
cuidado personal**

**Transparentar el origen
de los ingredientes
naturales**

**Cada vez más compañías
incorporan en sus líneas
productos naturales**

**Se buscan bienes que
protejan el cuerpo y
lo embellezcan**

**La población incrementa
su gasto en este
tipo de bienes**

**Cosméticos
naturales**

Ej: Crema Hidratante de Jojoba

Productor: Weleda

Origen: Suiza

Actualmente Weleda está presente en casi 50 países de los cinco continentes.

La matriz de la sociedad anónima tiene su sede en Suiza y cuenta con sucursales productoras en Alemania y Francia.

En todo el mundo, 20 empresas filiales de Weleda, trabajan para satisfacer la creciente demanda de medicamentos y cosméticos naturales. Además, existen distribuidores comerciales que los representan en todos los continentes.



Usos y contenido:

Esta crema de textura fluida y ligera, vivifica y favorece la hidratación. Penetra fácilmente.

Contiene aceite de Jojoba que mantiene la hidratación y Hamamelis que fortalece el cutis.

Tendencias:

- Consumidor apuesta por lo Natural.

COSMOCEUTICALS

- Son productos que contienen elementos cosméticos y fármacos, además tienen uno o más ingredientes bioactivos.
- Los cosmoceutical representan una nueva categoría en el mercado de los productos cosméticos los cuales están creciendo con gran intensidad.
- Están desarrollados por médicos especialistas, clínicamente probados y se encuentran principalmente en farmacias y en salones de belleza especializados.
(Estéticas)

COSMOCEUTICALS

Cosmético y Farmacéutico

Busca realzar la Belleza y a su vez la salud corporal

Por ejemplo:

- Desodorante para hombre

Ingredientes Naturales utilizados

[INGREDIENTES COSMOCEUTICALS.xls](#)

Cosmoceuticals

Contienen: Vitaminas, Minerales y extractos de plantas

Se espera un crecimiento del 5,5% por año

Productos:

- 60% Protector Solar
- 15% Cuidado de cabello
- 7% Q's Profesionales

Mercado mueve en USD:
Europa: 5400 millones
EE.UU: 4500 millones

Ej: Desodorante para Hombre

Productor: Corporales Janssen
Origen: Alemania

Janssen cosmeceutical, es una firma de alta calidad. Sus productos están formulados con la tecnología más vanguardista, lo último en biotecnología marina y herbal en sinergia con principios terapéuticos.

No hay belleza externa si no existe un equilibrio interno, tanto a nivel físico como psíquico.



Este producto es un cosmoceutical porque combina:

- 1.- Da buen olor (Cosmético)
- 2.- Elimina bacterias (Farmacéutico)

Tendencias:

- Consumidor busca algo Natural.
- Los hombres cada día se preocupan más por su cuidado personal.

FITOFÁRMACOS

- Los fitofármacos son medicamentos que contienen como principio activo exclusivamente plantas, partes de plantas, ingredientes vegetales o bien preparaciones obtenidas a partir de ellas.
- La Demanda global para medicinas herbarias ha aumentado claramente durante los últimos diez años.
- La seguridad, eficacia y calidad que se requiere ha permitido incrementar la investigación y desarrollo para mejorar la calidad de las materias primas de los fármacos.

FITOFÁRMACOS

El 20% de las hierbas son utilizadas para la Farmacéutica

Industrias:
 - Farmacéutica (40% hierbas)
 - Herbaria para Medicina

Farmacéutica: 5-6% anual
UE: USD 180 Billones
N. América: 195 Billones

[INDUSTRIA FARMACEUTICA.xls](#)

Echinacea, Gingko, Ginseng, Valeriana, Espino, Manzanilla, Uña de Gato

[INGREDIENTES FARMACOS.xls](#)

Alemania 10%, EE.UU 8.2%
 Francia 8%, China 7.5%

Fitofármacos representan mundialmente: USD 20 Billones

Fitofármacos crecen al 8% anual



FITOFÁRMACOS

Incrementa la búsqueda por la automedicación

Por ejemplo:
• Analgésico de Arnica

Movimientos impulsan el “Regreso a la Naturaleza y a lo ancestral”

Fitofármacos

Aumentará la demanda de los ingredientes que atenúen la tensión y fatiga

Incremento de precios de medicamentos de patente

Su legalización está siendo más accesible

Las compañías aumentan los ensayos clínicos por su efectividad

Ej: Analgésico de Arnica

Productor : Laboratorios Polanco
Origen: Chile

Desde hace 15 años se ha dedicado al desarrollo, investigación y producción de extractos de materias primas vegetales, para la industria farmacéutica, alimentaria y una línea propia y original de fitofármacos.

La calidad de sus productos garantizan eficacia terapéutica y seguridad, contribuyendo a mejorar el nivel de salud de la población, y por lo tanto su calidad de vida.



Usos: Artritis reumatoides. Dolores provocados por traumatismo o cansancio nervioso. Dolores quemantes, paresia o parálisis.

Tendencias:

- Consumidor busca la automedicación.
- “Regreso a la naturaleza y ancestral”

INFUSIONES AROMÁTICAS

- Una infusión es una bebida obtenida de las hojas secas, partes de las flores o frutos de diversas plantas aromáticas, a las cuales se las introduce en agua.
- Las infusiones aportan nutrientes esenciales y sustancias provechosas para hidratar debido a su alto contenido en agua.
- Restablecen el equilibrio orgánico y presentan efectos beneficiosos para determinados estados anímicos.
- Un factor importante para el incremento de su consumo, constituye su sabor especial.

INFUSIONES AROMÁTICAS

Ventaja de consumo
bebida caliente
y/o fría

La tasa de crecimiento
mayor al 10% anual

Infusiones:
Manzanilla, Menta,
Hierbaluisa

[INFUSIONES.xls](#)

Su consumo se
extiende a todos los
grupos de edad

**Infusiones
Aromáticas**

Principal consumidor
Sudamérica (Argentina)
UE (Irlanda, RU, Holanda)

USD 50 millones
aproximadamente
el mercado Ecuatoriano

Consumo de Té:
• Té negro 79%
• Té verde 19%
• Té Biológico 2%

Consumo per cápita
promedio es de 26 litros/año

INFUSIONES AROMÁTICAS

Incrementa el consumo de productos naturales y más saludables

Ejemplo:
- Infusión Manzanilla

El endulce no sea necesario y aporten componentes beneficiosos

Restaurantes las ofrecen:
Digestivas, aromatizadas y sabrosas

Infusiones Aromáticas

La mezcla hierbas genera nuevas oportunidades de comercialización

Empresas productores buscan diversificar sus productos para no depender del té

Romper el mito de que las infusiones son solo para la tercera edad

Ej: Infusiones Aromáticas

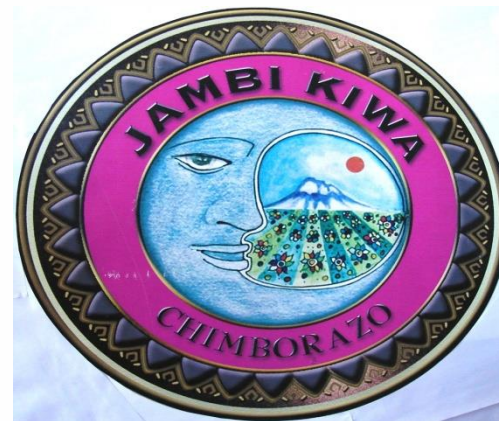
Productor: Jambi Kiwa

Origen: Ecuador

Jambi Kiwa desde su fundación con nombre y marca comercializa desde 2001.

Sus primeras presentaciones fueron, plantas deshidratadas al granel, posteriormente ofrecieron en otras presentaciones tales como: picadas, pulverizadas y granuladas.

Para diversificar sus productos y aprovechando el conocimiento ancestral, crearon fórmulas medicinales.



Productos:

ALGEMIX, DIUMIX, EUCALIPMENT, VALERIANIS, PAICOMIX, YANAMIX, BILGRAMIX, 3 AROMAS y TE LA ABUELA.

Tendencias:

- La mezcla hierbas genera nuevas oportunidades de comercialización.

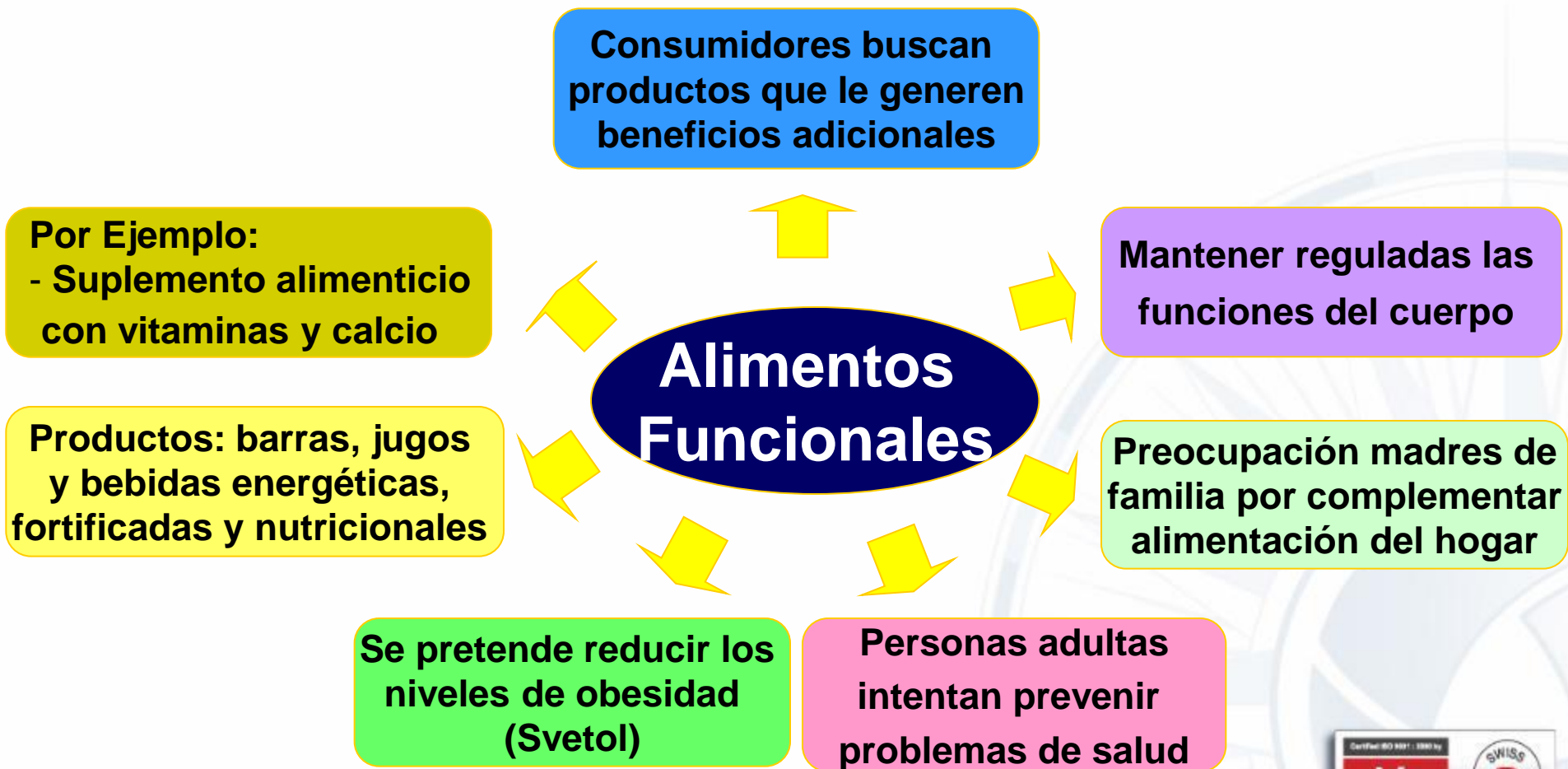
ALIMENTOS FUNCIONALES

- Alimento funcional es, cualquier alimento en forma natural o procesada, que además de ser nutritivo contenga componentes adicionales que favorecen a la salud, la capacidad física y el estado mental de una persona.
- Se acentuado el interés de los consumidores hacia ciertos alimentos, que además del valor nutritivo aporten beneficios a las funciones fisiológicas del organismo humano.
- El término Alimento Funcional fue propuesto por primera vez en Japón en la década de los 80's con la publicación de los "Alimentos para uso específico de salud".

ALIMENTOS FUNCIONALES



ALIMENTOS FUNCIONALES



Ej: Suplemento Alimenticio

Productor: Omnilife

Origen: México

Apareció hace 15 años y se ha consolidado como una de las principales empresas productoras de Suplementos Nutricionales en el Mundo.

Tiene una red de más de 2.2 millones de distribuidores independientes en 20 países. Omnilife cuenta con más de 100 productos y suplementos nutricionales y energéticos.



Usos y Contenido:

Ayuda al sistema digestivo por su contenido de fibras derivadas de Avena, Maíz, Soya, tiene calcio, magnesio, vitaminas C y D

Tendencias:

- Complementar la alimentación.
- Beneficios fisiológicos adicionales.

COMIDA GOURMET

- Platos de cocina significativamente refinados, que la gastronomía ha desarrollado basándose en el sabor, fineza y calidad de los alimentos desde el elemento principal hasta las especias que se utilizan en ellos.
- Es un sector de la industria alimentaria que se está extendiendo a velocidades increíbles, la Comida Gourmet se enfoca principalmente en personas de niveles sociales medios y altos.
- Son productos alimenticios que se fundamentan en la “Diferenciación”.

COMIDA GOURMET

Principales Consumidores:
Individuos más
de 45 años

Bebidas Gourmet:

- Te
- Aromáticas

Hierbas y Especies:

- Condimentación
- Decoración

[INGREDIENTES CULINARIOS.xls](#)

**Comida
Gourmet**

Presenta un crecimiento
del 7% anual

EE.UU, Japón,
Alemania, España
y Francia

1/3 población considera
más importante la calidad
que el precio

Participación en
el mercado de comidas
es del 10%

COMIDA GOURMET

Productos de muy alta calidad y preparación

Ejemplos:

- Té de algas
- Pizza con Albahaca

Incrementa su consumo por el deleite al paladar

Comida Gourmet

La presentación es primordial para dar bienestar visual

Aumentará su consumo, mientras consumidor desee probar nuevas comidas

Incentivar los productos elaborados artesanalmente

No solo se compran para ocasiones especiales

Ejs: Comidas y Bebidas Gourmet

Lo Gourmet se distingue por el **cuidado, clase y creatividad** para presentarlos y servirlos. Las hierbas y las especias son muy utilizadas para condimentar los alimentos.



Bebidas Gourmet

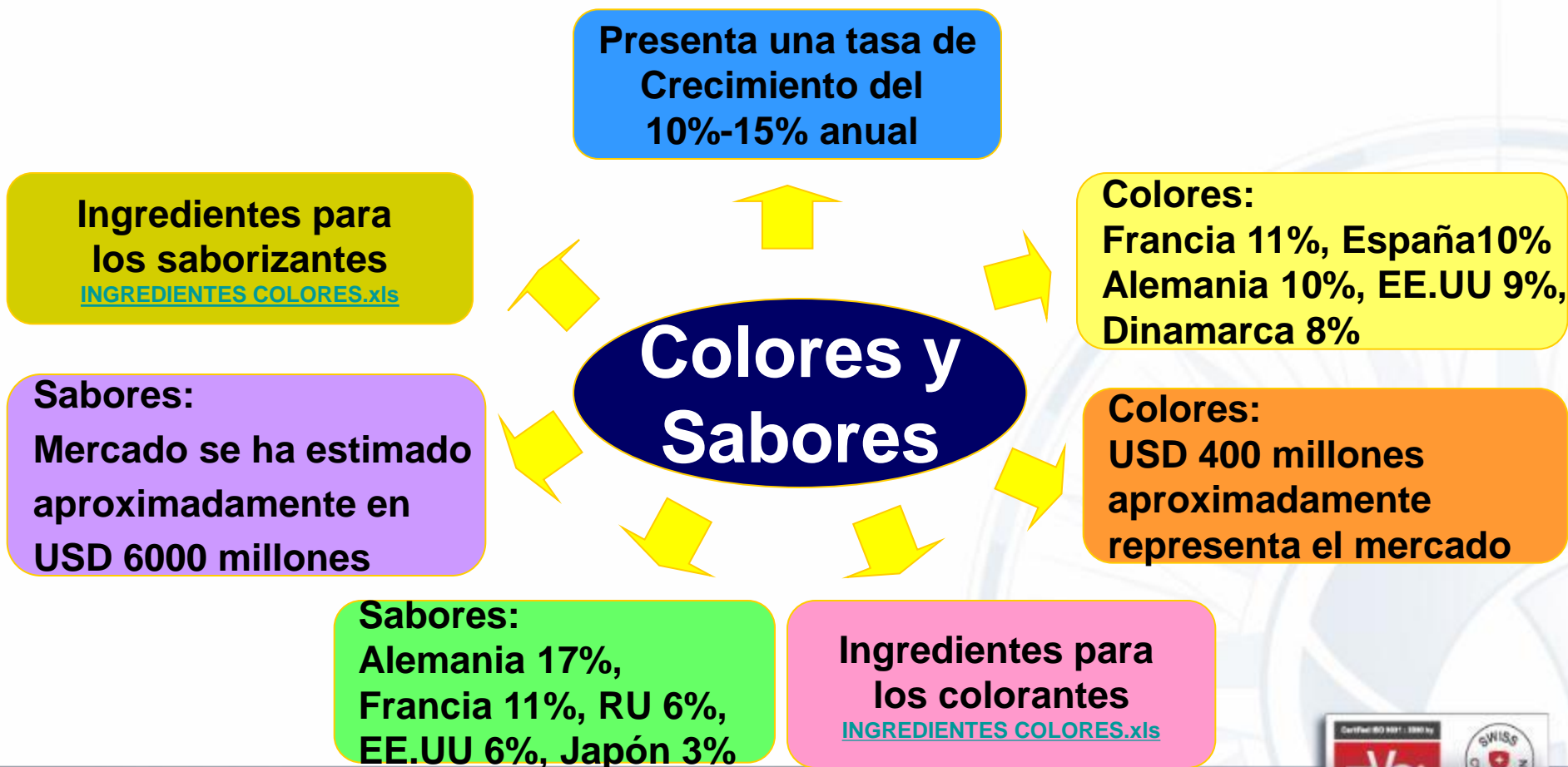
Por ejemplo se presentan té de algas kombu, té de alga wakame, té de alga nori, entre otros.



COLORANTES Y SABORES NATURALES

- Los colores naturales son las sustancias que agregan o restauran colores en un alimento, e incluyen componentes naturales de los comestibles y de otras fuentes naturales.
- Los sabores naturales son las sustancias o composiciones fabricadas en base a ingredientes naturales que tienen propiedades aromáticas capaces de conferir o reforzar el aroma y/o el sabor de los alimentos.

COLORANTES Y SABORES NATURALES



COLORANTES Y SABORES NATURALES

Incluirlos como ingredientes para la elaboración de productos finales

Principales usos:
- Lechería - Bebidas
- Confeitería - Heladería

Productores de alimentos intentan ingresar al nicho de 100% natural

Colores y Sabores

El control del mercado está tomado por pocas grandes compañías

Se ponderan los factores de dieta y nutrición (Menos azúcar, sal, etc.)

Consumidor busca cada vez más comestibles con color/sabor auténtico y puro

Colorantes y Saborizantes sintéticos se perciben como no sanos y no ambientales

Ejs: Ingredientes Colorantes y Saborizantes

CÚRCUMA



PARA COLORANTE

Tendencias:

- Consumidor prefiere ingredientes naturales a fin de preservar la salud.
- Los individuos buscan colores puros y auténticos.

VAINILLA



PARA SABORIZANTE

Tendencias:

- Industrias buscan ingresar al nicho de lo 100% natural por lo que necesitan este tipo de ingredientes.

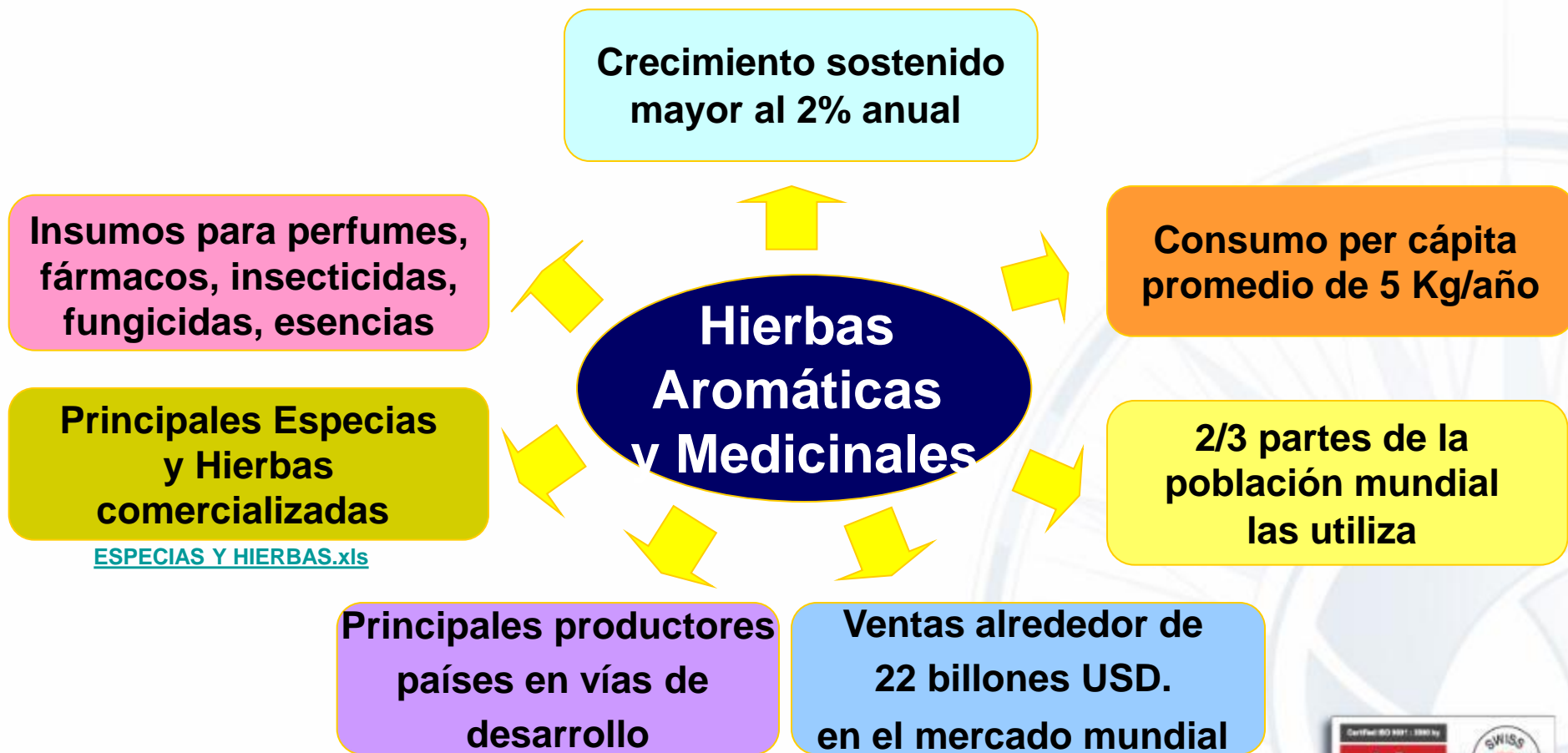
COMERCIO JUSTO

- Comercio Justo es la promoción de un desarrollo sostenible basado en la igualdad social, la protección medioambiental y la seguridad económica.
- En 1964 comienza con la conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD).
- Uno de los productos más recientes en el sistema de sellado Fairtrade son las especias y las hierbas aromáticas, los criterios fueron aprobados en 2005.

NIVEL MUNDIAL



NIVEL MUNDIAL



COMERCIO JUSTO



COMERCIO JUSTO

Comercio Internacional
constante
crecimiento desde '70

Las personas de
países industrializados
ponderan el apoyo social

El 55% de consumidores
estarían dispuestos a
pagar 10% más

Se espera que el CJ
mueva más de 1 billón
de Euros hasta 2012

La tasa de crecimiento
es de 20% anual

El Gasto per cápita más
alto lo tiene Reino Unido
con 8,14 Euros

Principal mercado es
EE.UU representando
570 millones Euros

**Comercio
Justo**

Ejs: Comercio Justo

Menta para Infusión



Especias y productos Ecuatorianos promocionados en tiendas de Comercio Justo



Productos comercializados a través de una **tienda virtual de Comercio Justo.**

Tendencia:

- Consumidor valora el apoyo que está brindando al comprar este tipo de productos.

PRODUCTOS ÉTNICOS

- Los productos étnicos son todos aquellos procedentes de una nación o región geográfica definida, los cuales pretenden satisfacer las necesidades alimenticias de sus emigrantes.
- La influencia migratoria que tienen países como Estados Unidos, España e Italia implica una modificación de los patrones de consumo, que comienza por los inmigrantes, pero se contagia hacia los naturales de estos países, quienes están cada vez más expuestos a la diversidad de comidas presentadas en restaurantes y pequeños mercados de barrios.

PRODUCTOS ÉTNICOS



Ejs: Productos Étnicos Ecuatorianos

COMERCIALIZADOR: ANFAB

ORÍGEN: Ecuador

Corporación que comercializa alimentos y bebidas Ecuatorianos, al mercado latinoamericano en el área de Nueva York llegando actualmente a Distribuidores y Supermercados del área, tienen un portafolio de productos que cumplen con normas y estándares internacionales provenientes de un grupo de empresas Ecuatorianas que se agruparon para este fin. Además buscan alcanzar un posicionamiento internacional de las marcas del portafolio, y contribuir con importantes ingresos tanto para los socios, como para el país.

**PRODUCTOS ÉTNICOS ECUATORIANOS
PARA EMIGRANTES EN NEW YORK
COMERCIALIZADOS POR LA ANFAB**

INFUSIONES



ESENCIAS



Productos netamente Ecuatorianos

Tendencia:

- Satisfacer los gustos de emigrantes.
- Posicionarse en otros mercados Internacionales.

PRODUCTOS ORGÁNICOS

- El mercado mundial de productos orgánicos ha experimentado cambios dramáticos en los últimos 10 años, produciendo un verdadero “boom” dentro de la agricultura mundial, principalmente en los países industrializados.
- Los principales países que han experimentado un rápido crecimiento son Australia, EE.UU, Italia, Alemania entre otros.
- La producción es el principal cuello de botella para el desarrollo del mercado de los productos orgánicos.

PRODUCTOS ORGÁNICOS

El 70% de área orgánica pertenece a países industrializados

Superficie por Productos Orgánicos en el Ecuador

[ORGANICO.xls](#)

Mercados asiáticos crecen aceleradamente en Taiwan más de 800 tiendas

Productos Orgánicos

Rentabilidad de los productores sube 20% al 30%

30 billones de USD mueven los productos orgánicos en el mundo

Consumidores:
Suiza: 97%, Alemania: 42%
Japón y EE.UU: 35%

El mercado orgánico crece a no menos del 25% anualmente

[CONSUMIDORES ORGANICOS.doc](#)

PRODUCTOS ORGÁNICOS

Consumidores procuran tomar más control sobre el ambiente

Ejemplo:
- Infusiones orgánicas

Aumenta nivel de prevención enfermedades nuevas. Ej. Aviar

Se proliferan los consumidores con preferencias vegetarianas

Productos Orgánicos

Aumenta el consumo de alimentos inocuos y con certificación



Utilizar envases innovadores y ecológicos

[RAZONES CONSUMO ORGANICO.doc](#)

Se valora el apoyo a grupos sociales desfavorecidos



Ej: Té Orgánico

Productor: Té José
Origen: Argentina

Te José se enfoca en los sentidos y sutiles experiencias, que transportan mas allá a través de una fragancia, aroma y sabor. Sus infusiones promueven la sensación de bienestar.

Las infusiones son elaboradas en base a productos orgánicos de diversas provincias de Argentina.

Tienen infusiones de Té negro, canela y clavo de olor, mate cocido, te negro con rosa mosqueta, pipedrón, melisa y coriandro, y mate más jengibre.



Usos y Contenidos:

Infusiones orgánicas para ser bebida frías o calientes.

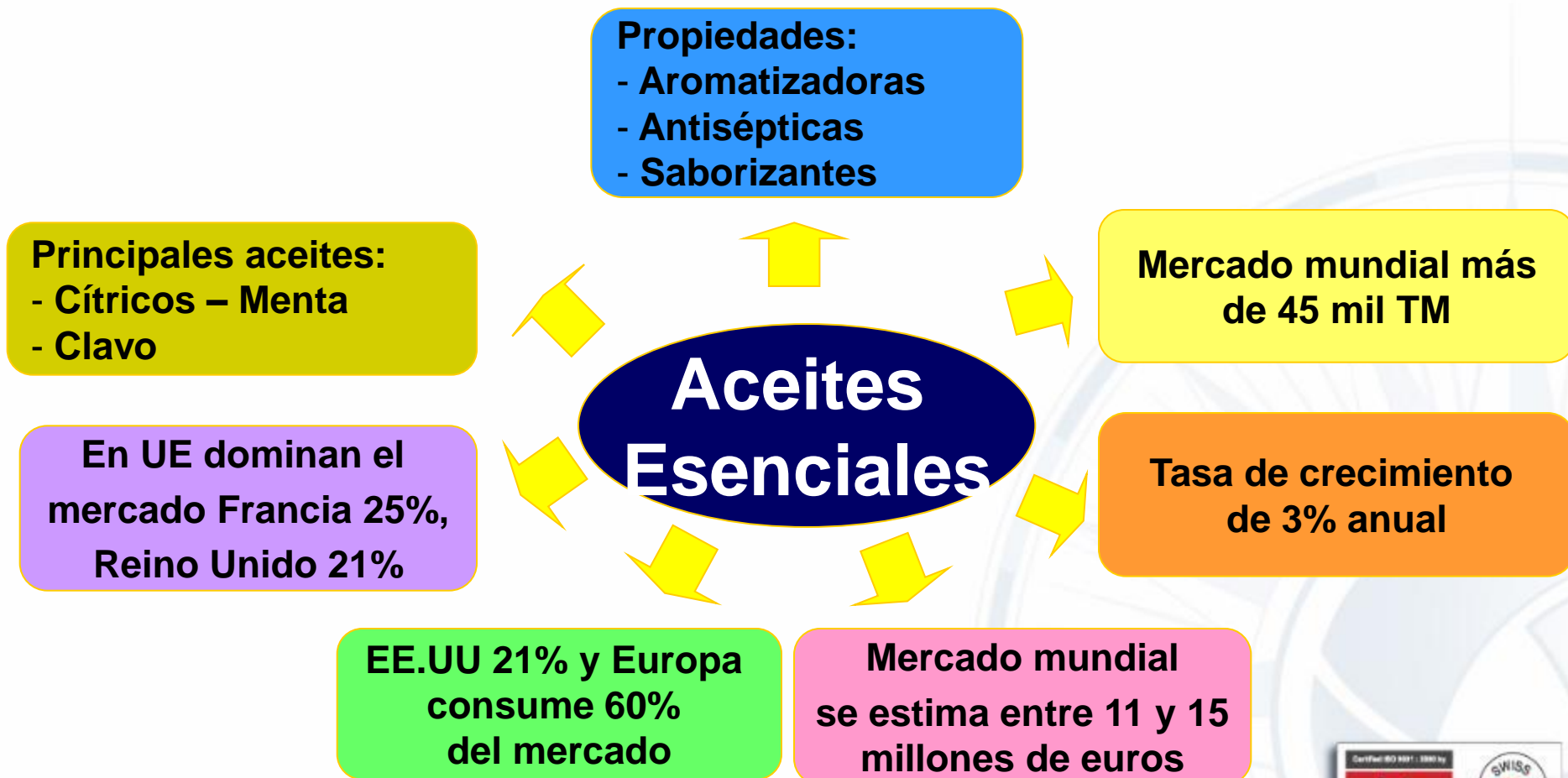
Tendencias:

- Consumidores prefieren productos certificados.
- Individuos intentan prevenir enfermedades.

ACEITES ESENCIALES

- Son denominados de este modo por considerarse que contienen esencia de una especie u otro condimento aromatizador.
- Son sustancias de composición muy compleja extraídas de las plantas mediante diferentes técnicas.
- Los aceites esenciales se obtienen por destilación en seco o al vacío, por medios mecánicos y la gran mayoría por destilación al vapor.
- Cada aceite esencial tiene propiedades diferentes, por lo cual cada uno tiene diferentes aplicaciones.

ACEITES ESENCIALES



ACEITES ESENCIALES



Ej: Aceite Esencial de Menta

Productor: SPELLFRESH

Origen: Argentina

Es una empresa joven y dinámica, con un equipo especializado, el cual posee experiencia y conocimientos necesarios en el campo de la industria.

Spellfresh se especializa en fragancias, tienen una amplia gama de productos incluyendo aceites esenciales, esencias para perfumes y materias primas para el desarrollo de productos.

Su misión es proveer insumos de alta calidad a un precio justo y competitivo, permitiendo establecer una sólida relación de negocios con sus clientes.



Usos y Contenidos:

- Extracto de Menta.
- Fragancias, Alimentos, Bebidas, etc.

Tendencias:

- Consumidores prefieren lo natural.
- La industria tiende a producir sus productos con ingredientes naturales.

CONCLUSIONES

- Los ingredientes y productos naturales tienen un gran campo de acción en el cual desarrollarse.
- La principal tendencia del mercado es el “sano vivir” (salud, alimentación y ambiental) por lo que lo natural presenta gran proyección.
- El segmento de los cosméticos muestran la mayor tasa de crecimiento y en donde existen grandes empresas interesadas en invertir.
- En cuanto a los fitofármacos los costos de investigación y desarrollo son una barrera.

CONCLUSIONES

- Los mercados étnicos brindan oportunidades de exportación.
- Los ingredientes y productos naturales que ingresen en comercio justo tienen la oportunidad de ampliar sus canales, a través de las tiendas solidarias y demás puntos de venta.
- Todo lo orgánico tiene posibilidades de penetrar en los mercados Europeos y Norteamericanos fundamentalmente.

CONCLUSIONES



RECOMENDACIONES

- Al determinar un segmento en el cual se puede incursionar, trabajar la planificación comercial, referente a costos, precios, mercado de exportación y demás temas importantes.
- Revisar los aspectos legales inherentes.
- Verificar los requerimientos referentes a la calidad exigida y requisitos de acceso.
- Proponer alternativas de valor agregado.
- Determinar cuellos de botella en la cadena de valor y diseñar mecanismos para solventarlos.

BIBLIOGRAFIA

PRINCIPALES DOCUMENTOS:

- OILSEEDS SECTOR PROFILE. International Markets Bureau. Canada
- Natural ingredients for cosmetics. Centre for the Promotion of Imports from developing countries (CBI) 2006.
- INFORME DE FUNDACIÓN EXPORTAR ARGENTINA.2004
- FUNCTIONAL FOODS AND NEUTRACEUTICALS SECTOR. GRAMI. 2004
- Application of Biotechnology for Functional Foods. Pew Initiative on Food and Biotechnology. 2007
- THE MARKET FOR NATURAL INGREDIENTS FOR PHARMACEUTICALS IN THE EU. Centre for the Promotion of Imports from developing countries (CBI) 2006.
- EL MERCADO DE ALIMENTOS “GOURMET”. Consulado General de Argentina en Nueva York. 2005
- THE SPICES AND HERBS MARKET IN THE EU. Centre for the Promotion of Imports from developing countries (CBI) 2007.
- Informe de Mercado Té e infusiones de hierbas. Embajada de Argentina en Alemania.
- TENDENCIAS DEL MERCADO ORGÁNICO. Manuel Amador.
- Fairtrade in Europe. FLO. 2005

BIBLIOGRAFIA

PAGINAS WEB:

- <http://www.euromonitor.com>
- <http://www.datamonitor.com>
- <http://www.fas.usda.gov>
- [http:// www.exportapymes.com](http://www.exportapymes.com)
- <http://www.ctfa.org>
- <http://www.fosfa.org>
- <http://www.cosmeticnews.com>
- <http://www.forum-essenzia>
- <http://www.mintel.com>
- http://www.eufic.org/sp/quickfacts/seguridad_alimentaria.htm
- <http://europa.eu.int>
- <http://www.colipa.com>
- <http://www.nevdream.com>
- <http://www.intracen.org>
- <http://www.comtrade.un.org>
- <http://www.exportar.org.ar>

¡Muchas gracias por su atención!

