



Estrategias de comercio de plantas aromáticas y medicinales autóctonas

Jornada técnica

SOLSONA, martes 22 de mayo de 2018

Julio Campos Vidiella

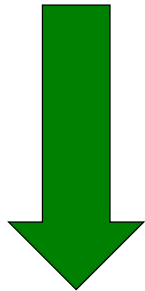
Gerente de la Fundación Andanatura

Las PAM como recurso.

Plantas para uso cosmético, medicinal y alimentario

PlusPAM

POCTEFEX



2012.

Cooperación con Marruecos.

Análisis del sector de las PAM.

Estudio de los Modelos de Negocio de Éxito.

Estudio de los Recursos disponibles de PAM.

Análisis de los modelos públicos de aprovechamiento.

2017.

Cooperación España, Portugal y Francia.

Evaluación de recursos de las PAM.

Análisis de la cadena de valor.

Dinamización del sector (Piloto de Desarrollo)

Transferencia de resultados

VALUEPAM en otras regiones

Portugal: Piloto de domesticación de PAM

Cataluña y Francia: Piloto de protección de PAM (Gentiana Lutea)

Andalucía: **Piloto de desarrollo socioeconómico.**

2017.

Cooperación España, Portugal y Francia.

Evaluación de recursos de las PAM.

Análisis de la cadena de valor.

Dinamización del sector (Piloto de Desarrollo)

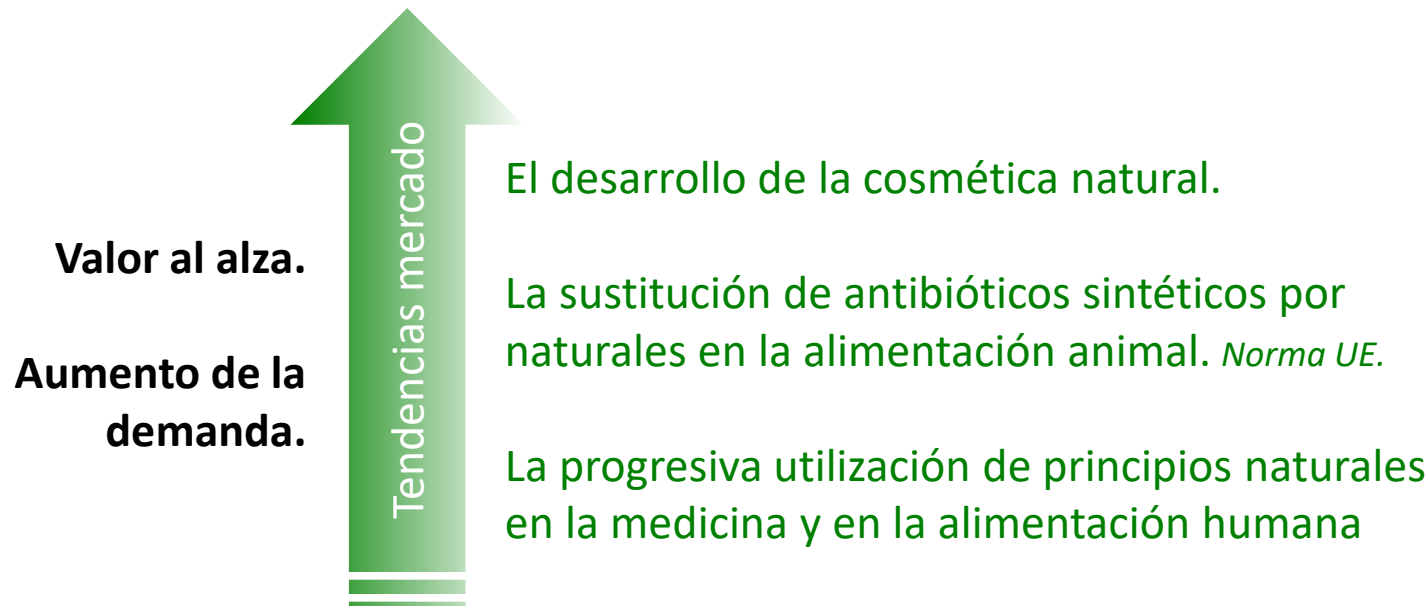
Transferencia de resultados

Las PAM como recurso.

Plantas para uso cosmético, medicinal y alimentario

Silvestre (Monte Público) o cultivadas.

Diversidad de paisajes de Andalucía = diversidad de especies.



Tendencias mercado.

Valor al alza.

Aumento de la
demanda.

Este valor en alza apenas se traslada a
valor económico/social en Andalucía.

Problema de estructura sectorial.

**ValuePam trata de
poner en valor las
PAM.**

Enfoque de
Sostenibilidad.

Medio Ambiental,
Social y
Económico.

Las PAM como recurso medio ambiental.

La explotación de las PAM en Andalucía está por debajo de su capacidad.

Suficiente regulación de los aprovechamientos.
Falta de recolección degenera las áreas (Bastardeo).
Dificultad de control de la recolección ilegal.

Plantas con presencia en Andalucía de interés.

Cistus ladanifer

Thymus zygis

CARTOGRAFÍA & CADENA DE VALOR

Thymus membranadeus

Thymus orospedanus

Thymbra capitata

Lavandula latifolia

Origanum virens

Rosmarinus officinalis

Salvia lavandulifolia



Las PAM recurso natural sub-explotado.

Las PAM como recurso socio-económico.

El tejido de producción de las PAM está muy poco desarrollado en Andalucía.

Estimamos que hay alrededor de unas 150 empresas.

Sólo una empresa de tamaño grande: Bordas Chinchurreta (SE).

Algunas sucursales de grandes empresas extranjeras (Aromasur; Biolandes).

Estimamos el empleo generado en unas 2.000 personas.

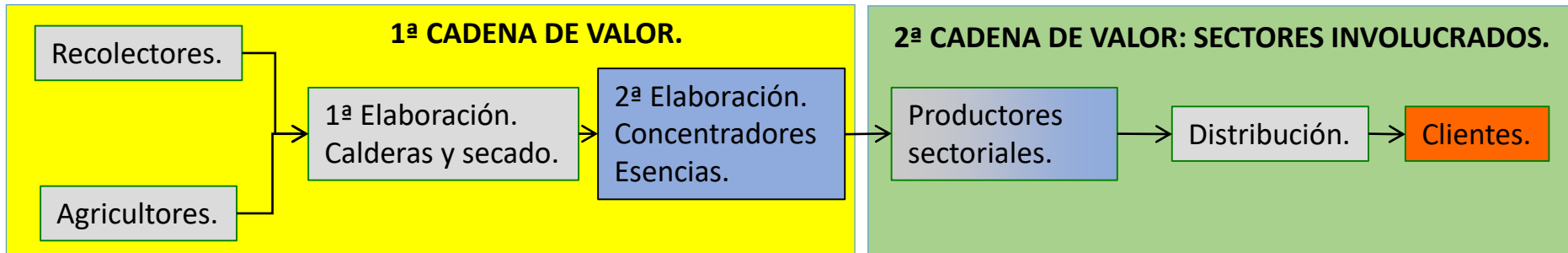
(Sin contar el empleo agrícola – recolector)

Reducida captura de valor.



Esta empresa desde Marchena comercializa plantas aromáticas en Nueva York.

Cómo es la estructura empresarial asociada a las PAM (PlusPAM)



Recursos naturales And.

Algunas calderas.
En general el material se procesa fuera (Murcia)

Grandes empresas mercado global.

Pequeña red de productores.
Consumo Doméstico

Cosmética,
Alimentación.

Distribución local.

Mercado interior 9 millones de personas.

Recurso cuya explotación ordenada contribuye al mantenimiento de áreas de matorral y bosques.

Medio Ambiente.

Social

Económico

Empleo y empresas de Mujeres
Fijación de población en los territorios
Mejora de las condiciones de vida de los consumidores.

Empresas ubicadas en espacios naturales.
Andújar, Carcabuey, Baza, Tíjola, Quentar, **Puebla de Don Fadrique**, Andévalo
(Valverde del Camino, Calaña), Ronda, Pegalajar, Alcalá la Real, Marchena, Almonte, , **Niebla**, etc.
Flujos netos hacia las áreas naturales/rurales.

ESQUEMA ESTRATEGICO BASICO PAM

PRODUCCIÓN LOCAL. MERCADO GLOBAL

1ª CADENA DE VALOR.

Cultivo.
Recolección



1º Elaboración: Calderas.

HOJAS FRESCAS.

ACEITES ESENCIALES.



HOJAS SECAS.

1º Elaboración: Secaderos.

Otros productos
químicos

Concentradores.
Comodities.
No hay diferenciación.



ALIMENTACIÓN.



*Pequeña
distribución.*

COSMÉTICA ARTESANA.



*Pequeña
distribución.*

SECTORES INVOLUCRADOS.

USOS FARMACEUTICOS.

Nutraceúticos: productos
medicinales fabricados con
ingredientes naturales.



Humano & Animal.

COSMÉTICA GLOBAL.



La justificación del proyecto ValuePam Andalucía.

El desarrollo del recurso PAM y de su tejido asociado mejoraría la **sostenibilidad de los espacios naturales**.

Mejor conservación de las áreas naturales.

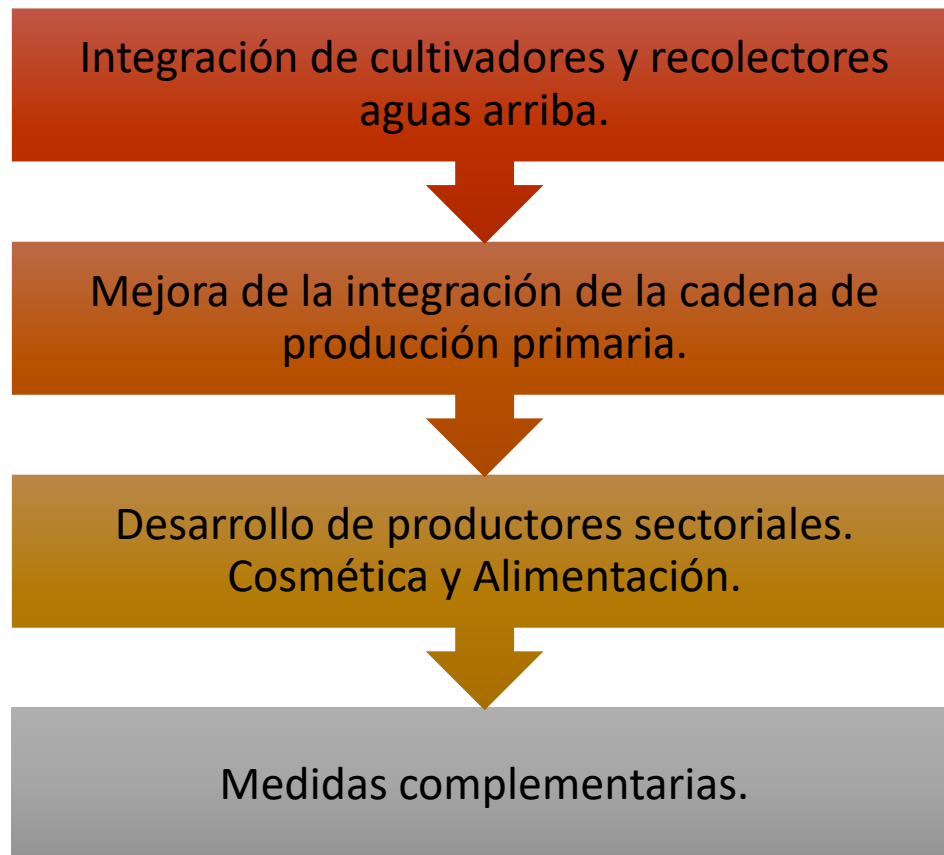


Empleo y empresas de Mujeres?????
Fijación de población en los territorios
Mejora de las condiciones de vida de los consumidores.

Flujos netos hacia las áreas naturales/rurales.

El desarrollo del tejido asociado a las PAM.

Estrategias



Apuesta por lo ecológico.

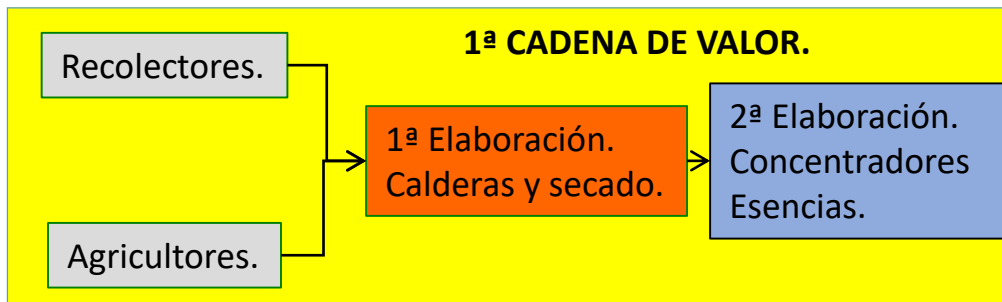
El desarrollo del tejido asociado a las PAM.

1.- Integración de cultivadores y recolectores aguas arriba.

Andalucía tiene un importante déficit de destiladoras de plantas aromáticas (la mayoría de la producción se vende a granel, plantas, con mucho menos valor).

Además la no existencia de primeros destiladores dificulta la explotación del recurso, toda vez que el mercado (los elaboradores de esencias) prefieren las áreas que ofrecen destilados primarios a las que ofrecen planta sin tratar.

Disponer de calderas asegura que los recursos rentables serán explotados.



El desarrollo del tejido asociado a las PAM.

1.- Integración de cultivadores y recolectores aguas arriba. /Cont

ACTUACIONES

VALUEPAM. Para reducir este déficit, con los recursos disponibles, se lleva a cabo un **asesoramiento empresarial** de los proyectos de nuevas calderas en Andalucía, con el fin de asegurar su éxito técnico y empresarial.

Resultado: 2 empresas asesoradas (Baza y Almonte)

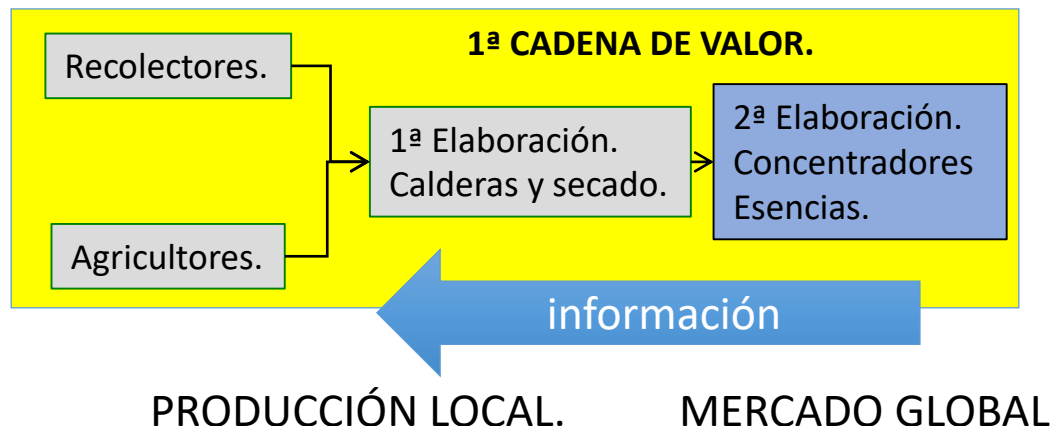
El desarrollo del tejido asociado a las PAM.

2.- Mejora de la integración de la cadena de producción primaria.

La cadena de valor primaria, que va desde las plantas a las esencias, depende de la demanda global de esencias, se trata de un mercado de estándares que no distingue orígenes sino propiedades fisicoquímicas y aromáticas.

Acoplar bien el mercado local y sus recursos a la demanda global ha de permitir que se produzcan o se recolecten de manera sostenible aquellas plantas que demande el mercado y que existan en Andalucía o puedan ser cultivadas.

Esta estrategia consiste en mantener informados a recolectores y agricultores para que sus decisiones se acoplen a las necesidades de los elaboradores de esencias.



El desarrollo del tejido asociado a las PAM.

2.- Mejora de la integración de la cadena de producción primaria/ cont.

ACTUACIONES

VALUEPAM. Las empresas de 2ª elaboración:

- Bordas Chinchurreta.
- Aromasur.
- Beyond aromatic farms.

La empresa Bordas Chinchurreta ha elaborado un informe de las PAM compatibles con el clima y el suelo de Andalucía, y más demandadas por los mercados globales en la actualidad (y de las que hay déficit).

Este informe es una primera aproximación a **un informe anual (o semestral) de tendencias del mercado global de las esencias** que oriente a agricultores, administraciones, recolectores y primeros elaboradores en su producción hacia plantas y cultivos rentables.

(Se han detectado grandes dificultades a la hora de seleccionar cultivos)

El desarrollo del tejido asociado a las PAM.

3.- Desarrollo de productores sectoriales. Cosmética y Alimentación.

Dos sectores de la cadena de valor de las PAM tienen en Andalucía productos y actividades en la parte más alejada de la recolección o/y el cultivo:

- La cosmética artesanal-natural.
- Los productos alimentarios.

En ambos sectores hay en Andalucía muchas empresas pequeñas que necesitan del apoyo institucional para su consolidación.

El desarrollo del tejido asociado a las PAM.

3.- Desarrollo de productores sectoriales. Cosmética y Alimentación.

Desarrollar estos sectores importante por:

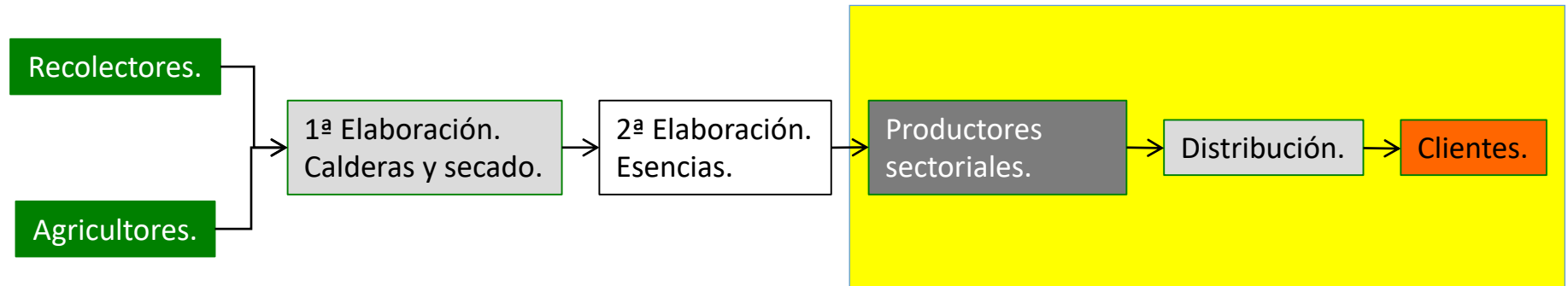
- Los productores crean riqueza local (empleo y actividad económica).
- Son empresas sostenibles, que compiten en mercado locales/globales no sujetos solamente a precios.
- Son actividades interrelacionadas con ámbitos económicos prioritarios: Turismo, Gastronomía, Salud y bienestar, etc.
- El fortalecimiento de este sector fortalecería la primera parte de la cadena.
- Estos productores utilizan materias primas locales y desarrollan elementos diferenciales: pueden favorecer a los productores primarios, saliéndose del mercado global (que se rige por las leyes de precio y calidad).

Por ejemplo si los productores de especias andaluces defienden con éxito una variedad endógena los recolectores de esta especie exclusiva, tendrán un trato específico más favorable, en base a su escasez.

El desarrollo del tejido asociado a las PAM.

3.- Desarrollo de productores sectoriales. Cosmética y Alimentación.

Para ambos sectores se ha seguido una misma estrategia la mejora del acceso a los mercados mediante la integración de la oferta existente.



Las empresas existentes en ambos sectores son muy pequeñas, por lo que apenas tienen capacidad comercial (muchos sólo venden localmente).

En general la distribución no está interesada en la oferta porque esta está demasiado fragmentada (por ejemplo, las empresas de cosmética ofrecen productos con muy poca diversidad para que sean interesantes para una tienda, en todo caso las compras de esta serían pequeñas y limitadas)

El planteamiento llevado a cabo ha sido el desarrollo de un [Catálogo](#) conjunto, que ha permitido a otras empresas privadas un sistema de picking y cobro conjunto.

El desarrollo del tejido asociado a las PAM.

3.- Desarrollo de productores sectoriales. Cosmética y Alimentación.

COSMETICA ARTESANAL-NATURAL

ESQUEMA DE LA ESTRATEGIA DE EXPORTACIÓN

Empresa Cosmética
global.



Las empresas extranjeras o de otras regiones
trabajan con representantes exclusivos.
Proveen a los representantes de una oferta amplia.

Representantes.

Dificultades para representar una
única empresa. Oferta reducida.

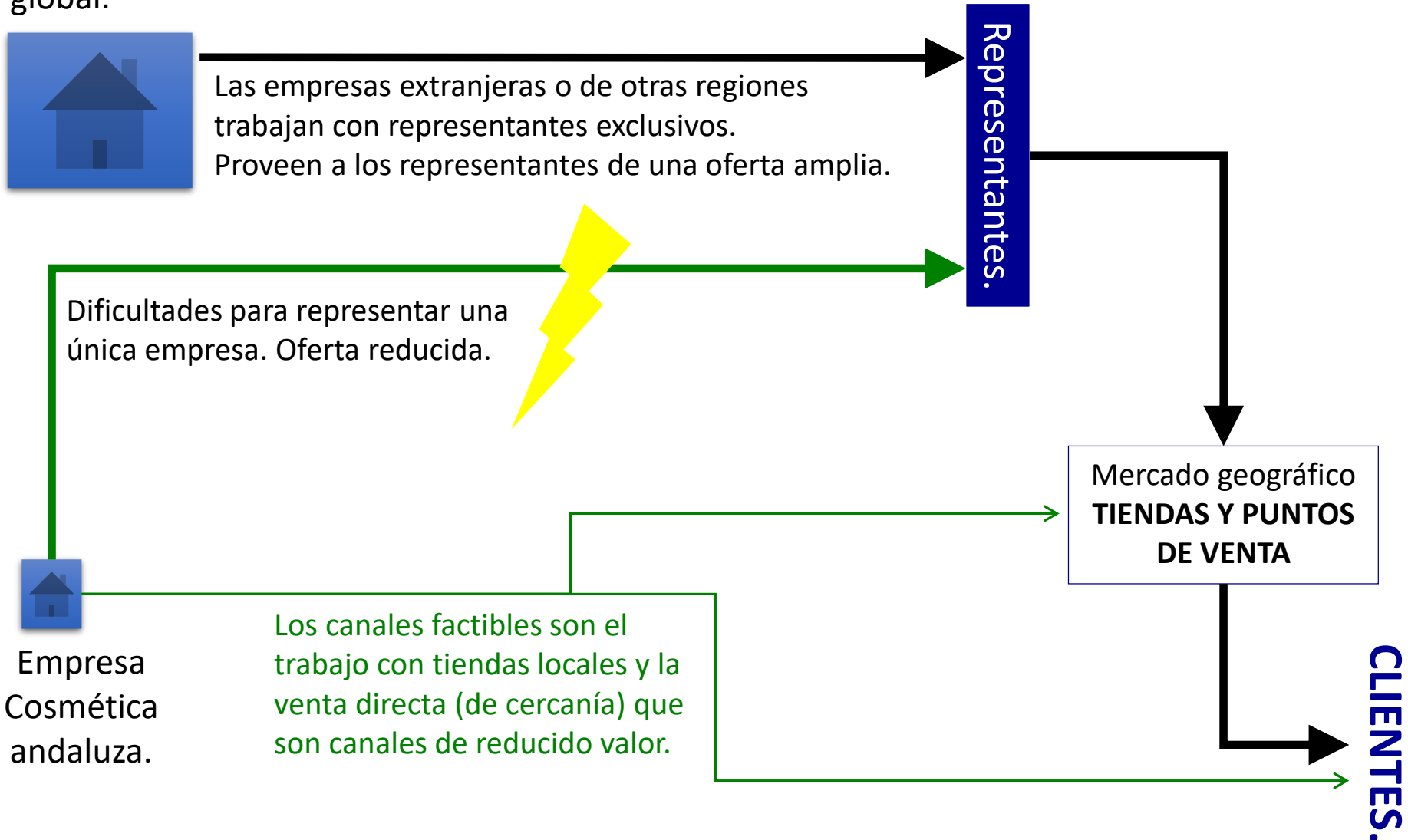


Empresa
Cosmética
andaluza.

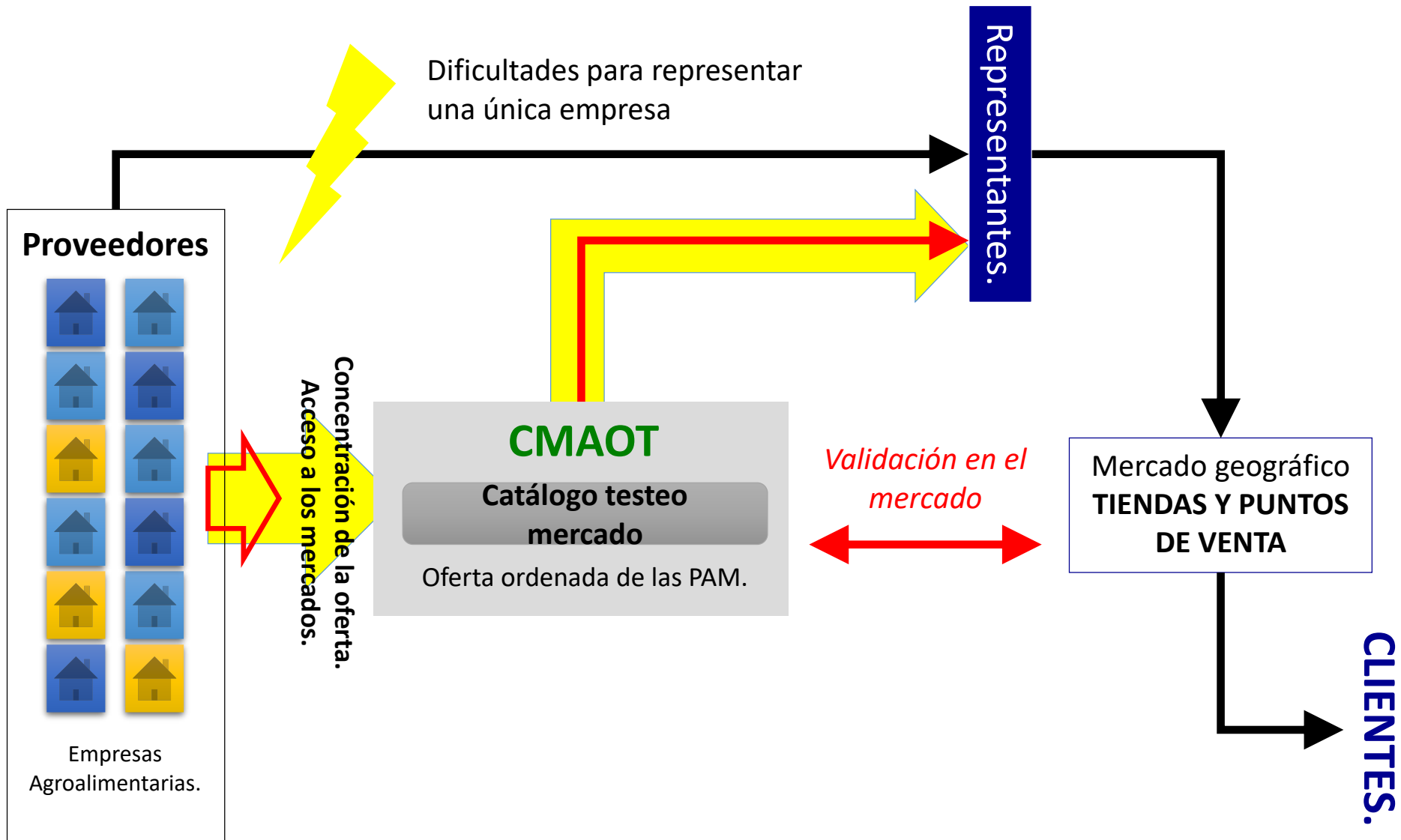
Los canales factibles son el
trabajo con tiendas locales y la
venta directa (de cercanía) que
son canales de reducido valor.

Mercado geográfico
**TIENDAS Y PUNTOS
DE VENTA**

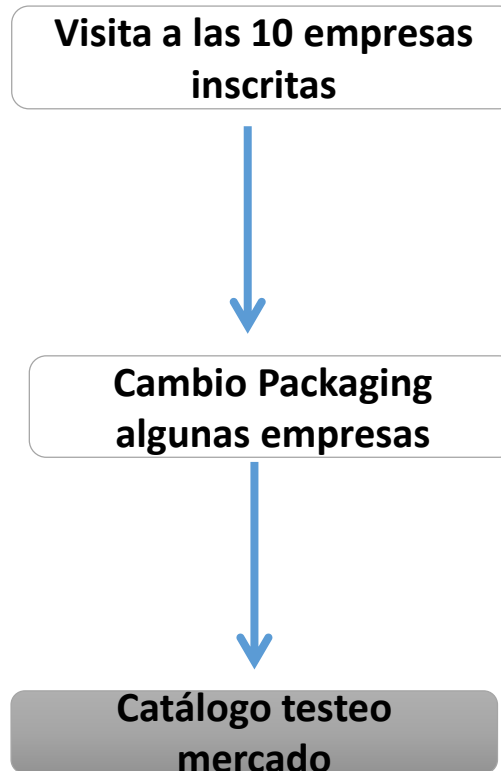
CLIENTES.



ESQUEMA DE LA ESTRATEGIA DE EXPORTACIÓN



ESQUEMA DE LA ESTRATEGIA DE EXPORTACIÓN



Packaging Empresa OLEA COSMETICOS



Champú de Plantas



Gel Dermo



Leche Corporal



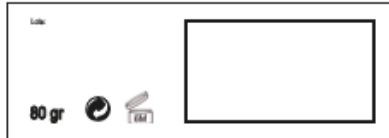
Jabón Nutritivo



Aceite Terapéutico

Parque Natural Sierra Mágina

DISEÑO NUEVO Packaging Empresa OLEA COSMETICOS



Packaging Empresa AROMAS DE LOS FILABRES



ACEITE ANTIESTRIAS 100%
Ecológico



ACEITE DE ROMERO CON
OLEUROPEÍNA



ACEITE SUPERHIDRATANTE
100% Ecológico



AGUA DE ROSAS



DESODORANTE DE ALUMBRE

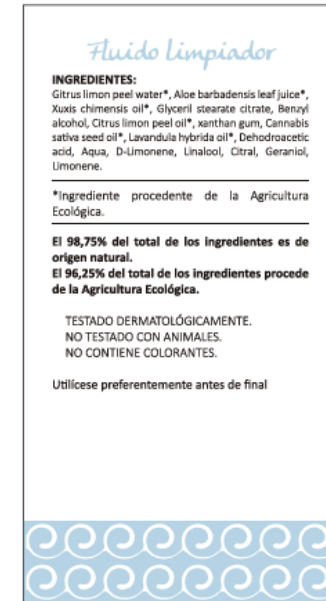


FLUIDO ANTICELULITIS



LECHE DE ALOE VERA

DISEÑO NUEVO Packaging Empresa AROMAS DE LOS FILABRES



INGREDIENTES:

Aqua, Aloe barbadensis*, Euphorbia cerifera, Octyl stearate, Polyglyceryl-3-methylglucose distearate, Olea europaea oil, glyceryl stearate citrate, Benzyl alcohol, Rosa moschat oil*, Xanthan gum, Persea gratissima oil*, Cannabis sativa oil*, Glycine soja oil*, Pelargonium graveolens oil*, calendula officinalis flower extract*, Stearox dimethicone, dihydroacetic acid, Parfum, Dehydroacetic acid, Parfum, Citral**, Citronellol**, Geraniol**, Linalool**.

*procedente de la Agricultura Ecológica.

**sustancia alergénica natural de los aceites esenciales.

El 98,48% de los ingredientes son de origen natural.

El 72,10% de los vegetales procedente de la agricultura ecológica.



Inmaculate skins by AF

CREMA
Aloe Vera
TODO TIPO DE PIELS
Con aloe vera, caléndula y
rosa mosqueta ecológica



LOTE:

LORENTE Y CARMONA, S.L.
C/ Don Juan de Austria, 6.
04880. Tijola (Almería).
R.D.G.F.P.S.:2297-CS

Utilícese preferentemente antes de final de:

**INGREDIENTES:**

Citrus limonum water*, Buxus chimensis oil*, Aloe barbadensis*, Glyceryl stearate citrate, Benzyl alcohol, Xanthan gum, Citrus limonum oil*, Citrus sinensis oil*, Citrus reticulata oil*, Lavanda x hibrida oil*, Cupressus sempervirens oil*, Dehydroacetic acid, Melaleuca alternifolia oil*.

*procedente de la Agricultura Ecológica.

El 98,48% de los ingredientes son de origen natural.

El 72,10% de los vegetales procedente de la agricultura ecológica.



Inmaculate skins by AF

CREMA
Equilibrante
PIELS SENSIBLES
Con hidrolato de limón,
jojoba y aceites esenciales de
ciprés, mandarina y lavandin
ecológicos.



LOTE:

LORENTE Y CARMONA, S.L.
C/ Don Juan de Austria, 6.
04880. Tijola (Almería).
R.D.G.F.P.S.:2297-CS

Utilícese preferentemente antes de final de:

**INGREDIENTES:**

Citrus limonum water*, Cera alba, Octyl stearate, Macadamia ternifolia oil*, Olea europaea oil, Polyglyceryl-3-methylglucose distearate, glyceryl stearate citrate, Benzyl alcohol, Xanthan gum, Citruslimonium peel oil*, Cannabis sativa oil*, Glycine soja oil*, Pelargonium graveolens oil* y dimethicone, Dehydroacetic acid, Parfum, Citral**, Citronellol**, Geraniol**, Limonene**, Linalool**.

*procedente de la Agricultura Ecológica.

**sustancia alergénica natural de los aceites esenciales.

El 98,75% de los ingredientes son de origen natural.

El 72,75% de los vegetales procedente de la agricultura ecológica.



Inmaculate skins by AF

CREMA
Hidratante
PIEL JÓVEN
Con aceite de nuez de
macadamia, cáñamo y limón
ecológico.



LOTE:

LORENTE Y CARMONA, S.L.
C/ Don Juan de Austria, 6.
04880. Tijola (Almería).
R.D.G.F.P.S.:2297-CS

Utilícese preferentemente antes de final de:

**INGREDIENTES:**

Aqua, Aloe barbadensis*, Cera alba, Octyl stearate, Olea europaea oil, Polyglyceryl-3-methylglucose distearate, glyceryl stearate citrate, Benzyl alcohol, Rosa moschata oil*, Xanthan gum, Cannabis sativa oil*, Borago officinalis oil*, Oenothera biennis oil*, Parfum, Stearox dimethicone, Dehydroacetic acid.

*procedente de la agricultura Ecológica.

El 98,27% de los ingredientes son de origen natural.

El 73,23% de los vegetales procedente de la agricultura ecológica.



Inmaculate skins by AF

CREMA
Regeneradora
PIELS MADURAS
Con aloe vera y aceites de
borraja y onagra ecológico.



LOTE:

LORENTE Y CARMONA, S.L.
C/ Don Juan de Austria, 6.
04880. Tijola (Almería).
R.D.G.F.P.S.:2297-CS

Utilícese preferentemente antes de final de:





[CATÁLOGO \(pincha para ir al catálogo\)](#)

Y ASÍ ES COMO SE VENDE LA COSMETICA ANDALUZA DERIVADA DE PAM



Andalucía es una región del sur de Europa muy extensa y diversa.



Entre sus paisajes destaca el **mar de olivos** la más antigua y extensa tierra dedicada al aceite de oliva.

PROPIEDADES DEL ACEITE DE OLIVA

Hidrata profundamente la piel.

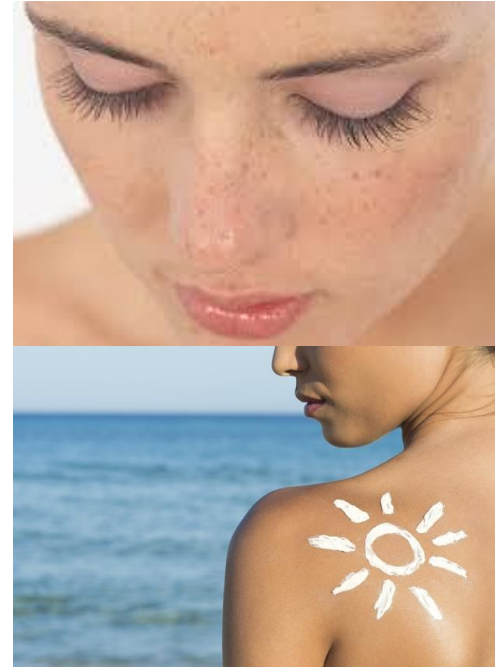
Previene los signos del envejecimiento prematuro.

Protegerla de daños solares.

Disminuye el encrespamiento del cabello.

Alivia el dolor (Oleocanthol).

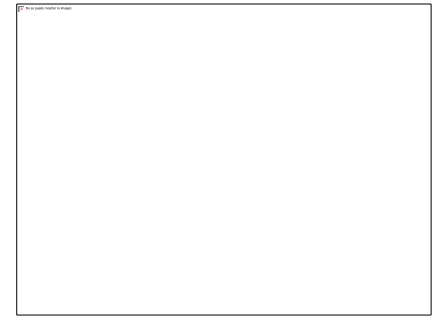
*Antioxidantes, vitamina E y D,
flavonoides, polifenoles y escualeno.*

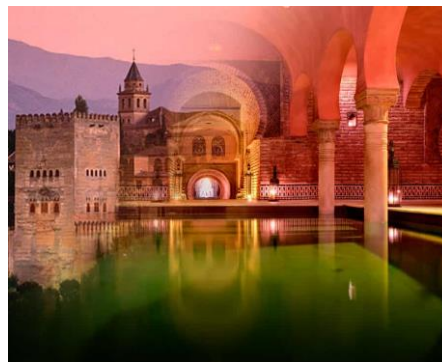


La diversidad de paisajes permite recolectar o cultivar otras especies de interés.



Azahar, Naranjas dulces y amargas,
limones, salvia, jara, tomillos, aloe
vera, romero, almendras, eucaliptus,
cola de caballo, etc.





Alrededor de las plantas hay en Andalucía una cultura de siglos entre oriente-occidente, muchas pequeñas empresas innovadoras y tradicionales, oficios y personas apasionadas.

Todo orientado a la belleza y la salud.

Sin química, sin conservantes, colorantes,
texturizantes o eliminadores de olor.

Sin parabenes, parafinas, ftalatos o
silicona.

Sin productos de origen animal.

Para personas que creen que la naturaleza
nos provee de plantas y frutos que
elaborados de forma artesanal en cremas,
aceites, infusiones y jabones, nos garantiza
una piel sana, bonita y joven.



Cremas faciales



Sérum antiarrugas 100% Ecológico

15 ml. Ref AF006

Cuidado facial para piel seca y mixta.
Revitaliza y regenera.



Crema regeneradora

30 ml. Ref AF004

Cuidado facial para
pieles maduras. Hidrata
y regenera.



Crema facial de aceite de oliva y aloe vera. 50 ml. Ref. FO009

Para todo tipo de pieles.

Alto contenido en aceite de oliva virgen extra, manteca de Karité y 25%
Aloe vera puro. Hechos on infusión de hoja de olivo.

Crema Facial de Aceite de argán y manzanilla. 50ml. Ref. FO03.

Pieles maduras, muy secas. Aporta luminosidad y reafirma.

Hecho con infusión de manzanilla.



Crema facial hidratante.

50 ml. Ref. AJ016

Aceite de Argán Eco (65%), agua de
hamamelis (25%), cera de abejas
(10%) y un toque de azahar.

La mayor concentración de Argán en
una crema!



Crema de facial.

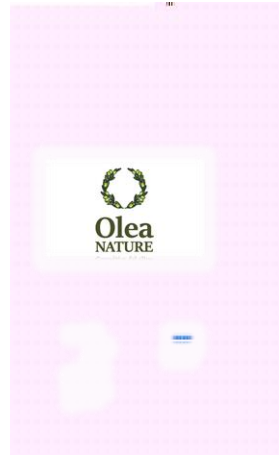
50 ml. Ref OC005

Con Aceite de Argán, de las
Montañas del Atlas, y Aceite
de Oliva Ecológico de Sierra
Mágica.

MEDICINAL
COSMETIC &
AROMATIC

PLANTS
from Andalucía

Cremas y lociones corporales



Leche corporal.

150 ml. Ref OC001

Con Aceite de Oliva Virgen Extra y Aloe Vera.



Loción corporal Mediterránea Ecológica

200 ml. Ref AF007

Cuidado corporal con lavanda, ajenuz, hinojo y limón.



Loción corporal de Naranja Amarga.

100 ml. Ref. BL005

MEDICINAL
COSMETIC &
AROMATIC
PLANTS
from Andalucía



Cremas Corporales.

Caléndula y aloe vera. 200 ml. Ref. FO005

Pieles sensibles, eccemas, atópicas, descamación o psoriasis. Con infusión de tomillo

Ducha y baño.



Champú de plantas.

250 ml. Ref OC003

Elaborada con Aceite de Argán, de las Montañas del Atlas, y Aceite de Oliva Ecológico de Sierra Mágina.



Gel Dermo.

250 ml. Ref OC002

Con Aceite de Oliva Virgen Extra del Parque natural de Sierra Mágina y con aceites de plantas medicinales de primera calidad.



Fluido limpiador

125 ml. Ref AF008

Cuidado facial para la limpieza diaria de todo tipo de pieles, también para sensibles, delicadas, grasa o con acné.



Menta y tomillo. Cabellos secos; hidrata, refresca y revitaliza.



Ortiga y romero. Cabellos grasos; hidrata, desengrasa y da vitalidad.

MEDICINAL
COSMETIC &
AROMATIC

PLANTS
from Andalucía

Productos para bebés



Bálsamo para bebés. 100% Ecológico.

30 ml. Ref. AF009

Cuidado para el bebé. Bálsamo para el culito del bebé. Reparador, calmante, nutritivo y antibacteriano. De rápida absorción y resistente al agua.



Bálsamo para el cambio de pañal.

75 ml. Ref. OL003

Reparadora, hidratante y calmante. A base de aceite de oliva virgen extra, aceite de caléndula y óxido de zinc. Sin perfume y sin parabenos.



Aceite hidronutritivo Oleocanthol.

100 ml. Ref. OL003

Mejora la elasticidad de la piel, nutriendola y evitando las estrías. Indicado para embarazadas y bebés.

Cremas para las manos



Crema de manos, Oliva y Árnica.

75 ml. Ref. SV002

Con Aceite de Oliva Virgen Extra Ecológico & Árnica.

Eficaz contra las grietas, cortes y asperezas.



Crema de manos.

50 ml. Ref. OC004

Con vitamina E del Aceite de Oliva Ecológico.

MEDICINAL
COSMETIC &
AROMATIC
PLANTS
from Andalucía



Crema de manos de Azahar.

75 ml. Ref. BL001

Ojos



Contorno de ojos Argán.

15 ml. Ref. AJ019

Argán, manzanilla y rosa damascena. Una combinación que hidrata y calma el contorno sensible de los ojos.



Protector labial de Naranja Amarga.

15 ml. Ref. BL004



Sérum contorno de ojos y labios

15 ml. Ref. AF005.

Cuidado facial para todo tipo de pieles. Alisa arrugas y reduce las ojeras.

jabones



Arcilla Verde. 120 grs. Ref AJ013. Antiacné.
Especial para limpiar profundamente pieles grasas.



Jabón Exfoliante de hueso de aceituna.
80grs Ref. FO013

Jabón de Jara.
80grs Ref. JA002
Realizado a partir de esencia de Jara.



Jabón pieles sensibles.

90gr. Ref. SV007

Además de limpiar tu piel, te aportará equilibrio, calma y bienestar con los aceites esenciales de violeta, angélica y camomila, y los nutrientes del aceite de oliva, caléndula y rosa mosqueta.

MEDICINAL
COSMETIC &
AROMATIC

PLANTS
from Andalucía

Aceites para masajes.



Aceites esenciales para masajes.

Mezclas de esencias para el baño, el aromatizador o para masajes.

15 ml. Ref. LA003 (Pueden suministrarse en formatos de mayor tamaño).

Tonificante, respiratorio, dulces sueños, relajante, alegría, purificador, afrodisíaco, concentración o repelente.



MEDICINAL
COSMETIC &
AROMATIC
PLANTS
from Andalucía

Aceite corporal Nutritivo.

200 ml. Ref. SV004

A base de aceites de almendras dulces, germen de trigo, oliva virgen extra ecológico y esencias de caléndula, rosa mosqueta, jazmín, azahar, coco, manzanilla y espliego. Hidrata y nutre la piel.



Cremas solares.



Oleocanthol protección solar.

100 ml. Ref. OL001

Recomendado en aquellos procesos inflamatorios a causa de alta exposición al sol o excesivo bronceado.

Crema solar facial.

50 ml.

Protección ecológica, con óxido de zinc, aceites vegetales de coco y argán. Libre de filtros químicos y nanopartículas. Además deja una agradable sensación en la piel.



MEDICINAL
COSMETIC &
AROMATIC

PLANTS
from Andalucía

infusiones



Infusión de Salvia

30 gr (20 bolsitas de 1,50 gr) Ref. AN005



Antioxidante, antibacterianas y anti inflamatorias que mejora la memoria y capacidades cognitivas, ayuda a mejorar el estado de ánimo, reduce la concentración de glucosa y colesterol, y reduce el peso corporal y combatir la obesidad.



Infusión de Salvia

30 gr (20 bolsitas de 1,50 gr) Ref. AN005

Con propiedades antiespasmódicas, bactericidas, antisépticas y antioxidantes. Una fuente de hierro, calcio, manganeso y vitamina K. Usado en tratamientos respiratorios (tos, bronquitis y asma), dolor dental e infecciones urinarias. Disminuye el insomnio.

Perfumes



Albayzin.

Inspirado en los patios de Andalucía. Jazmines y naranjos, llenos de flor de azahar.

Ajedrea.

Fresco, frutal y Joven !
Notas cítricas y de vainillas.

Valentina.

Floral en su salida de ylan ylang y lavanda, con cuerpo de vainilla y fondo de ciprés y laurel.

Garnatha.

Fragancia masculina con fondo de ciprés, cuerpo de canela y cabeza de nerolí.

Esencias



Aceites esenciales.

Aceites esenciales elaborados a partir de plantas cultivadas en la propia finca o plantas silvestres recolectadas.

Producción ecológica, 100% puros.
15 ml. Ref. LA001

Árbol de té, eucalipto, limón, romero, tomillo, lavanda, lemongrass, menta, etc.



Testeo de Mercado de prototipos de los productos procedentes de las plantas aromáticas y medicinales

Conclusiones

Los **objetivos** del trabajo realizado son:

1. Conocer la respuesta del mercado a la oferta de las pequeñas empresas andaluzas, relacionadas con las PAM, tanto en el ámbito alimentario como en el ámbito cosmético.
2. Identificar factores y estrategias empresariales que puedan mejorar la citada respuesta del mercado a los productos.
3. Proponer un sistema de comercialización agrupado que ayude a superar los problemas que se han identificado.

Actuación comercial
prototipo.

Conocer la
respuesta del
mercado.

Identificar
factores de
mejora

Proponer un
sistema eficaz
y conjunto

Ámbitos de trabajo.

		Cosmética natural artesana	Productos alimentarios PAM
Mercado local	Sevilla	X	X
Mercado Nacional		0	0
Mercado Europeo	Berlín, Hamburgo, Múnich y Ámsterdam	X	X

Mercado local: Productos valorados por su procedencia. Consumidores cercanos a los productores. Logística y marketing eficaz y simple.

Mercado Europeo: Productos valorados por sus propiedades objetivas, competencia global. Problemas de consumidores lejanos a productores. Logística y marketing complejo.

Cosmética natural artesana: cremas y serum, productos de higiene, esencias, perfumes, etc.

Productos alimentarios a base de PAM: Sal con especias, Infusiones, especias, tortas con especias y quesos.

Testeo de prototipos de los productos procedentes de las plantas aromáticas y medicinales.

Selección de Empresas

Empresa.	Ubicación.	Oferta.
Olea Cosmética	Pegalajar (Jaén)	Productos de cosmética natural – cremas faciales, jabones, cremas corporales, protectores labiales. Productos de higiene personal gel y champú. Todos a base de aceite de oliva.
Savia Viva	Córdoba	Productos de cosmética natural: Cremas faciales, cremas de manos, aceites corporales, jabones.
Armonium.	Córdoba	Productos de cosmética natural: Cremas faciales. Productos de maquillaje.
Ajedrea.	Granada.	Productos de cosmética e higiene: Cremas faciales, cremas corporales, cremas de manos, jabones, protectores labiales. Perfumería.
Labiatae.	Quentar (Granada)	Esencias y aceites esenciales naturales. Certificados ecológicos.
Oleocanthol	Carcabuey (Córdoba).	Productos específicos para la salud: relajantes musculares naturales, cremas de protección solar, cosmética para bebés, cremas analgésicas.
Bendita Luz	Sevilla.	Cosmética local: cremas faciales, bálsamos labiales, jabones y aceites corporales.
Aromas de los Filabres	Tíjola (Almería)	Cosmética natural: cremas faciales, corporales, para bebés, cremas de manos, aceites corporales, limpiadores, etc.

Empresa.	Ubicación.	Oferta.
Andunatura.	Andújar (Jaén)	Especies y plantas secas de recolección silvestre. Certificadas ecológicas y marca parque natural de Andalucía.
Beyond aromatic fields	Marchena (Sevilla)	Especies y plantas secas. Algunas de recolección silvestre.
Stevia del Condado.	Santiesteban del Puerto (Jaén)	Infusiones certificadas eco con productos procedentes de Andalucía; tomillo, romero, salvia, hoja de olivo, etc.
Upita de los Reyes.	Castilleja de la Cuesta (Sevilla)	Tortas típicas de Castilleja de la Cuesta de Sevilla, un popular dulce artesanal, que utiliza especies e ingredientes de Andalucía (Aceite de Oliva virgen extra, sal, matalahúga, romero, etc.)
Salinas San Vicente.	San Fernando (Cádiz)	Sales con especies, algunas de ellas procedentes de Andalucía.
Salinas Biomaris.	Isla Cristina (Huelva)	Flor de sal con especies silvestres de Andalucía.

Actuaciones realizadas.

DAFO del sector.

Trabajo de pre-implantación comercial en Sevilla.

3 Misiones comerciales a Europa.

Establecimiento visitados:

	Berlín	Hamburgo	Múnich	Ámsterdam	Total
Herbolarios	5	1			6
Tiendas de cosmética natural	4	2	3	4	13
Tiendas de alimentación	2	2	2		6
Estudios de belleza				3	3
Tiendas ecológicas				3	3
Distribuidores PAM	1				1
Total	12	5	5	10	32

Testeo de prototipos de los productos procedentes de las plantas aromáticas y medicinales.

Misiones comerciales



Conclusiones. COSMÉTICA.

1. Bajo valor percibido de la cosmética artesana vs cosmética ecológica certificada. Ventaja para multinacionales. Las empresas andaluzas no están certificadas.
2. Cosmética artesana sólo para productos muy especiales y diferenciados (Hecho a medida). No tiene sentido comercializar cremas estándares.
3. Problemas de venta en solitario: Los márgenes de una empresa no compensan los costes. Necesidad de venta agrupada: Un vendedor, varias empresas.
4. Falta de una base de marketing. Kit de implantación en el punto de venta.
5. Importancia de las economías de escala, limitan el interés del mercado europeo. Los productos de las multinacionales de igual calidad tiene un coste de materia prima de un tercio del de las empresas artesanas.
6. Productos andaluces demasiado aromáticos para el mercado europeo (intensidad vs suavidad)
7. Desconocimiento de la composición de precios para la cadena de valor. Los representantes y distribuidores han de tener márgenes suficientes para empujar los productos.
8. Las empresas cosméticas tienen una baja implantación local (microempresas).

Conclusiones. ALIMENTACIÓN.

1. Las empresas alimentarias tiene su propia distribución en el mercado local esto limita las posibilidades de comercialización conjunta.
2. Importancia del valor artesanal y de los sabores con personalidad local.
3. Baja orientación al marketing, pero compiten con otras empresas poco orientadas al marketing (artesanos de Italia, Grecia, Portugal, etc.).
4. Buena composición de precios desde el representante al punto de venta pasando por el distribuidor.
5. Necesidad de sofisticación de los conceptos relacionados con las PAM. Queso al Romero vs Queso al Romero Silvestre de Sierra de Cazorla.
6. Posibilidad de integración de las PAM en otras ofertas de productos artesanos.

Propuestas de actuaciones. COSMÉTICA.

1. El objetivo debe ser la comercialización común en Sevilla (mercado local) pues las empresas no tienen implantación en el mercado doméstico.
2. Se desaconseja tratar de comercializar conjuntamente en Europa dada la baja orientación al marketing y sobre todo los sobrecostes derivados de la economías de escala de las multinacionales de la cosmética natural.
3. Los clientes objetivos en Sevilla serán los herbolarios, las tiendas de cosmética natural y, sobre todo los profesionales de la belleza –muy interesados en productos cercanos y con cierta exclusividad.
4. Desarrollar la identidad de cosmética natural de Andalucía, relegando el adjetivo de artesana, que tiene menos interés para los consumidores.
5. Avanzar en la certificación ecológica de los productos –a pesar de sus costes.
6. La importancia de la centralización de esfuerzos comerciales y de la distribución para alcanzar un servicios de 24/4 horas.
7. Creación de un kit de implantación para la oferta de cosmética natural de Andalucía, especialmente dirigido a los profesiones.

Propuestas de actuaciones. ALIMENTACIÓN.

1. Capacitación para la utilización de sellos de valor para la alimentación a base de PAM: Recolección silvestre, procedente de Parque Natural, ecológico, FSE, UTZ, etc.
2. Objetivo de comercialización conjunta: El mercado europeo, accesible y competencia con otros productos alimentarios de otros países. La comercialización de estos productos ha de realizarse conjuntamente con otros productos alimentarios.
3. Buscar comercialización directa al punto de venta, en vez de tratar de impactar con distribuidores (compra en base a precio).
4. Desarrollo de marketing orientado a consumidores ecológicos y consumidores de artesanía alimentaria.
5. Búsqueda de la sofisticación del consumo mediante la interpretación.
6. Utilización de las PAM en los productos alimentarios como elementos de diferenciación y aporte de valor. Las especies con muy poco coste permiten diferenciar productos, el ejemplo mencionado: Queso con cobertura de tomillo silvestre de la Sierra Mágina. Recolectado de manera sostenible.