

# **Asociación Argentina de Economía Agraria**

## **ANÁLISIS DEL PERFIL DE LOS MERCADOS NACIONAL E INTERNACIONAL DEL PIMIENTO PARA PIMENTÓN.**

**Agosto, 2007**

### **Ríos, Fátima Liliana del Valle**

Estación Experimental Agropecuaria INTA  
Famaillá

Ruta Prov. N° 301 Km 32 (4132). Padilla.  
Famaillá. Tucumán.

03863-461048

[lirios@correo.inta.gov.ar](mailto:lirios@correo.inta.gov.ar)<sup>1</sup>

Comunicación tipo "A"

### **Delgado Cordoní, Mariana**

Estación Experimental Agropecuaria INTA  
Famaillá

Ruta Prov. N° 301 Km 32 (4132). Padilla.  
Famaillá. Tucumán.

03863-461048

[mdelgado@correo.inta.gov.ar](mailto:mdelgado@correo.inta.gov.ar)<sup>2</sup>

Comunicación tipo "A"

---

<sup>1</sup> Referente Económica. EEA INTA Famaillá. Tucumán

<sup>2</sup> Becaria del área de economía. EEA INTA Famaillá. Tucumán

# **ANÁLISIS DEL PERFIL DE LOS MERCADOS NACIONAL E INTERNACIONAL DEL PIMIENTO PARA PIMENTÓN**

## **RESUMEN:**

Las condiciones de mercado que enfrentan los productores y la industria del pimiento para pimentón son cambiantes, y tienen un riesgo inherente que requiere un análisis previo a la toma de decisiones para que la actividad sea eficiente y sustentable económico, social y ambientalmente.

Desde INTA, a través del Proyecto Específico “Desarrollo de bases para la producción y comercialización de aromáticas-condimenticias de fruto diferenciadas, por calidad de productos y procesos”, se pretende dar respuesta a esta situación, generando conocimiento e información sobre las características y comportamiento de los mercados nacional e internacional de éste producto.

Para ello se utilizaron información estadística de organismos oficiales, privados y de fuentes de información secundaria para la caracterización de la demanda, los flujos de comercio y la oferta. Se tomaron desde los años 1991 hasta el primer semestre del corriente año.

La investigación se realizó en dos etapas: análisis del mercado nacional y análisis del mercado mundial.

En el mercado nacional se está logrando satisfacer la demanda interna. A nivel productivo, es necesario una eficientización en los sistemas de producción.

En cuanto al mercado internacional, Argentina es un participante con escasa presencia pero con condiciones para revertir la situación.

**PALABRAS CLAVE:** Pimentón. Mercado Nacional. Mercado Internacional

## **SUMMARY:**

**KEY WORDS:**

**CLASIFICACIÓN TEMÁTICA:**

# ANÁLISIS DEL PERFIL DE LOS MERCADOS NACIONAL E INTERNACIONAL DEL PIMIENTO PARA PIMENTÓN



## INTRODUCCIÓN

El pimiento para pimentón (*Capsicum annum*) se cosecha en estado maduro de color rojo, posteriormente se hace secar al aire hasta que las vainas poseen un tenor de humedad de entre 9 y el 12% presentando una consistencia correosa al tacto, para luego ser molido en molinos especiales hasta el punto o grado de implapable lo que constituye el “pimentón”, producto que es comercializado en el mercado<sup>3</sup>.

El pimentón (también llamado pprika, o paprika dulce) es un condimento por excelencia muy usado por el espectro gastronómico cuando su calidad es buena es muy requerido por los grandes gourmets como así también por la industria alimenticia (sobre todo la cárnica)

En los últimos años, el mercado mundial de productos aromáticos ha experimentado cambios en su composición tendientes a un crecimiento. El mismo está originado por diversos factores entre los que podemos destacar: cambios en los hábitos de consumo, mayor utilización de los mismos en la industria alimenticia (en especial la cárnica), nuevas tendencias culinarias, etc. Otra característica que no se debe dejar de mencionar es el hecho que los mismos son producidos en países en vía de desarrollo y la mayor parte de la producción se la destina para consumo interno.

---

<sup>3</sup> Proyecto Específico Desarrollo de bases para la producción y comercialización de aromáticas-condimenticias de fruto diferenciadas, por calidad de productos y procesos. Coordinador Ing. Raul E. Orell. U.E y E.A. Valles Calchaquíes. INTA. Tucumán

Las condiciones de mercado que enfrentan los productores y la industria de este tipo de cultivo, son volátiles/cambiantes y tienen un riesgo inherente que requiere que tanto productores como empresarios tengan que tomar decisiones previas para que la actividad sea eficiente y sustentable desde el punto de vista económico, ambiental y social.

Desde INTA, a través del Proyecto Específico “Desarrollo de bases para la producción y comercialización de aromáticas-condimenticias de fruto diferenciadas, por calidad de productos y procesos” con sede en la Unidad de Extensión y Experimentación Adaptativa Valles Calchaquíes, se pretende dar respuesta a la situación planteada, generando conocimiento e información sobre las características y comportamiento de los mercados nacional e internacional de pimiento para pimentón, contribuyendo así a la mejora de la competitividad y sustentabilidad económica y social, ya que las organizaciones de productores generalmente tienen un bajo conocimiento de los mercados y de las señales que éstos brindan para alcanzar un adecuado nivel de competitividad.

Dentro de los resultados esperados se encuentra la información obtenida tendiente al mejoramiento en la gestión de la empresa agropecuaria y disminución del riesgo empresarial, por mayor conocimiento de factores determinantes de la rentabilidad. La comprensión de la dinámica de los mercados permitirá aumentar la competitividad de los productos primarios.

## **METODOLOGÍA**

Para el análisis de la comercialización nacional e internacional de pimiento para pimentón se investigó la información de mercados, considerada estratégica para la toma de decisiones de los distintos actores de las cadenas, tanto para productos primarios (PP) como para ciertos productos agroindustriales.

La información para el análisis surge del relevamiento de bases estadísticas de organismos oficiales, privados y de fuentes de información secundaria, con el objetivo de caracterizar entre otros aspectos, la demanda, los flujos de comercio y la oferta. Se tomaron desde los años 1991 hasta el primer semestre del corriente año.

La investigación se realizó en dos etapas: una primera, donde se hizo un análisis del mercado nacional: cual era la producción argentina de pimiento para pimentón, el consumo interno y la exportación e importación que se hace del mismo tomándose como variables de estudio el precio y el volumen y su evolución en el tiempo.

En una segunda etapa se estudio mediante el análisis de variables cualitativas el comercio mundial de éste producto, detectándose los principales países exportadores e importadores, y cuales podrían ser los potenciales mercados.

## **RESULTADOS**

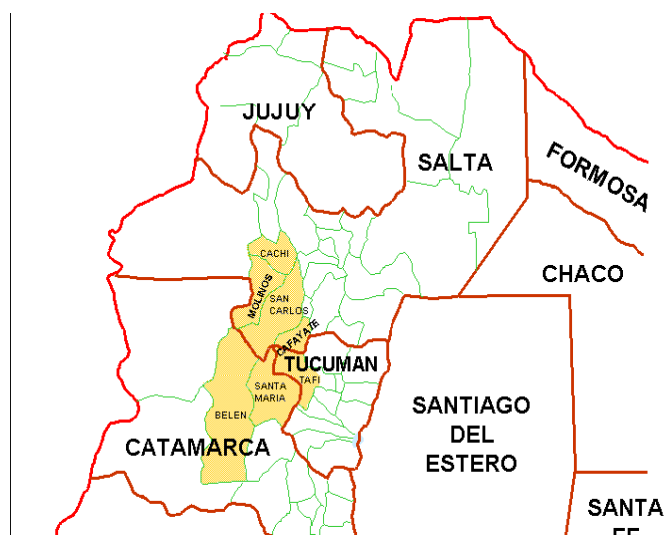
### ***Etapas I: Mercado Nacional***

El noroeste del país es la tradicional región productora, destacándose las provincias de Salta, Catamarca y en menor medida Tucumán. Para la primera de ellas, la superficie con éste cultivo es aproximadamente de 834 has; la mayor área se concentra en la localidad de San Carlos (con alrededor del 44% del total), luego le sigue Cachi (con aproximadamente el 39%), La Viña (con alrededor del 10%) y en menor porcentaje las localidades de Molinos, Cafayate y La Poma. En cuanto a la provincia de Catamarca, la misma posee un superficie de alrededor

de 380 has, concentradas en los Departamentos de Belén, en la localidad de Hualfin (alrededor del 33%) y Santa María (aproximadamente un 66%). Y para la provincia de Tucumán, la zona pimentonera se ubica en la localidad de Amaicha del Valle.

En la figura 1 se puede visualizar las principales zonas del país, donde su cultiva el producto bajo estudio.

**FIGURA N°1: UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LOS PRINCIPALES PRODUCTORES DE PIMIENTO PARA PIMENTÓN EN ARGENTINA**



Fuente: PROSAP

La estructura de producción está en manos, en su mayor parte, de productores minifundistas insertos en la economía informal. La superficie de cultivo oscila entre 0,5 y 5 hectáreas, de muy escaso nivel de capitalización, utilizan una tecnología obsoleta, (escaso uso de agroquímicos, arado y surcador a manquera, con tracción animal, siembra al voleo, etc.), lo cual determina serios problemas de calidad del producto y un costo de producción no competitivo a nivel de los mercados mundiales.

El 70% de lo facturado por el sector de hierbas y especias en nuestro país se concentra en cuatro productos: Orégano, derivados de Pimiento seco, Pimienta y Coriandro. De aquí la importancia de este producto dentro de la producción de especias.

La producción nacional presenta inconvenientes en cuanto a su calidad, la mayoría de los productores utilizan métodos artesanales de producción y secado por eso, desde instituciones como INTA se está trabajando en un programa de mejoramiento de semilla y difusión del uso de nuevas tecnologías que sirven para incrementar la calidad y productividad de pimiento.

Hay muchas posibilidades de exportar a España ya que el pimentón enviado tiene 230 grados ASTA<sup>4</sup> (medida de intensidad del color del pimiento consensuada por la American Spice Trade Association) y recientemente muestras de la variedad llamada *trompa de elefante* fueron enviadas a este país y a EEUU con el fin de cerrar el trato comercial en el que participarán once productores de Cachi, San Carlos y Guachipas.

<sup>4</sup> Diario El Tribuno de Salta. Sección Economía. Edición 30/07/07

En cuanto a la comercialización, a nivel gubernamental se tomaron políticas económicas desde la Secretaría de la Producción de Salta, donde por segundo año consecutivo el Estado provincial decidió participar en la cadena de comercialización del pimiento para pimentón, con la finalidad de ser un regulador del precio del mercado y lograr que el productor reciba un precio conveniente que cubra los costos y le deje rentabilidad.

En cuanto al consumo interno de pimiento para pimentón, se estima que el mismo es aproximadamente alrededor de 1.500 a 1.600 toneladas<sup>5</sup>, manteniéndose este valor constante a lo largo de los años por tratarse de un producto de demanda bastante inelástica en nuestro país, el cual es atendido en más del 80% por la producción nacional y el resto se importa.

Este consumo fue atendido casi totalmente durante la década del 80 por la producción interna, exceptuando el pimentón picante. Luego con la devaluación de la moneda debido a la ley de convertibilidad en la década del noventa, su importación comenzó a crecer hasta alcanzar más de la mitad del consumo (aproximadamente 900 de 1600 toneladas consumidas). Pero esta tendencia se comenzó a revertir desde 1997, mostrando volúmenes de importación cada vez menores hasta el año 2004.

Por otra parte, las exportaciones de pimentón, crecieron lenta pero firmemente desde el 92 hasta el 99 respondiendo al excepcionalmente alto precio que este producto alcanzó en el mercado internacional y luego se vieron afectadas por la caída del mismo. Sin embargo, puede observarse un resurgimiento incipiente de la exportación desde el año 2003, en respuesta por un lado a la reactivación económica y por otro, a la recuperación del precio internacional.

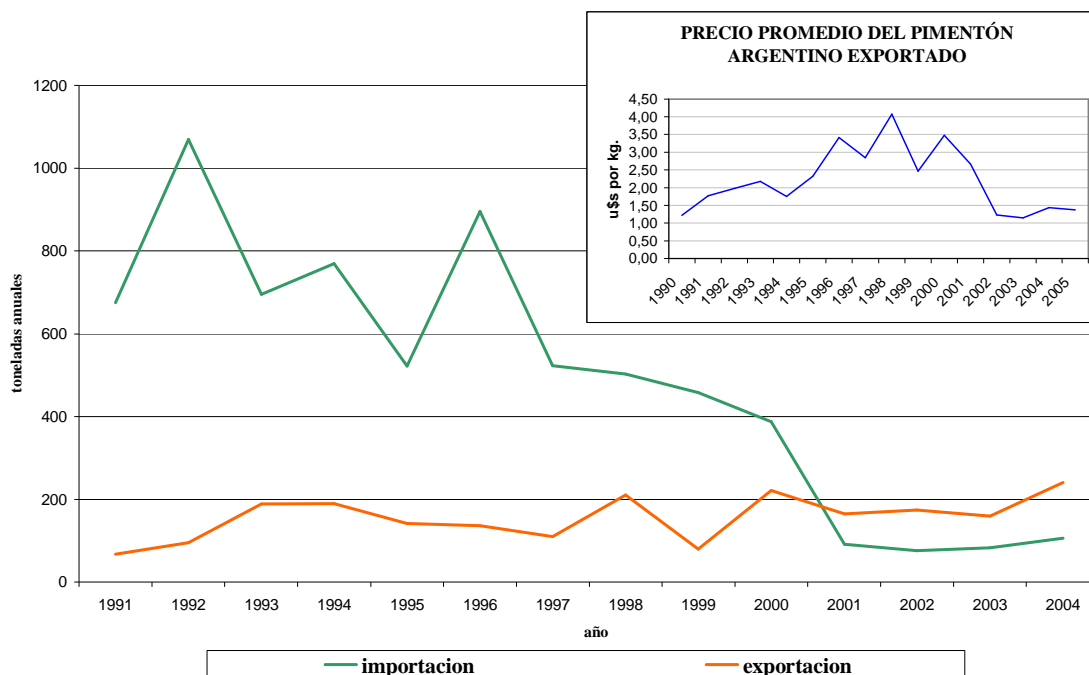
**FIGURA N° 2: SECADERO DE PIMIENTO PARA PIMENTÓN EN AMAICHA DEL VALLE**



<sup>5</sup> Arizio, O. y Curioni A., Estudio 1.EG.33.7. Estudios Agroalimentarios. Componente A: Fortalezas y debilidades del sector agroalimentario. Documento 5: Productos aromáticos y medicinales. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA-ARGENTINA). Marzo 2003.

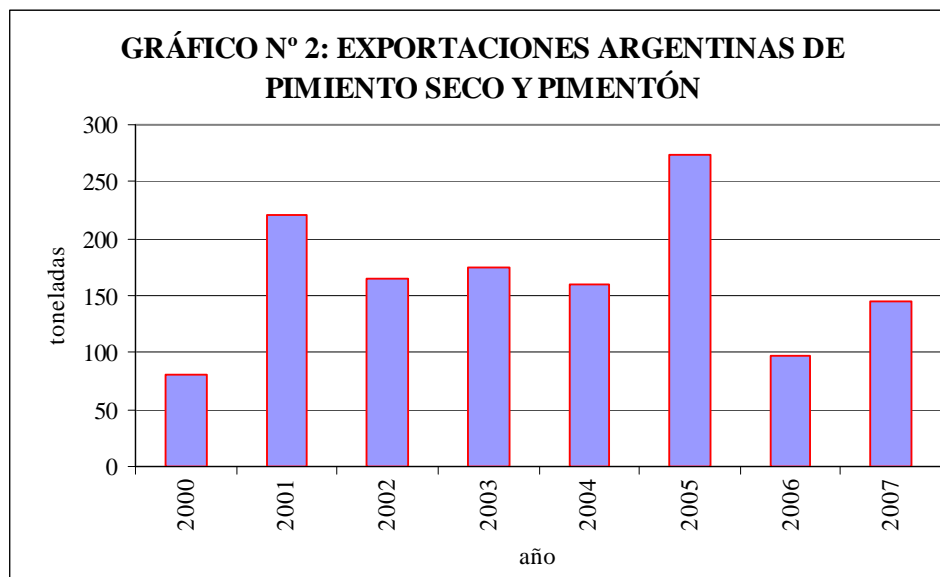
El gráfico N° 1 refleja el comportamiento tanto del volumen importado como del exportado de este producto en nuestro país, como así también una referencia de la evolución del precio internacional del pimentón en u\$s por kg.. En la gráfica puede verse la reversión en el flujo del comercio internacional para este producto: entre el 91 y 01 Argentina fue importador neto, mientras que desde el 01 hasta la actualidad es un país exportador neto de Capsicum; es evidente que la ventaja competitiva más fuerte es el precio en dólares de la producción ya que ésta se manifestó con la salida de la convertibilidad.

**GRÁFICO N° 1: EXPORTACIONES E IMPORTACIONES ARGENTINAS DE PIMENTÓN 1991 - 2004**



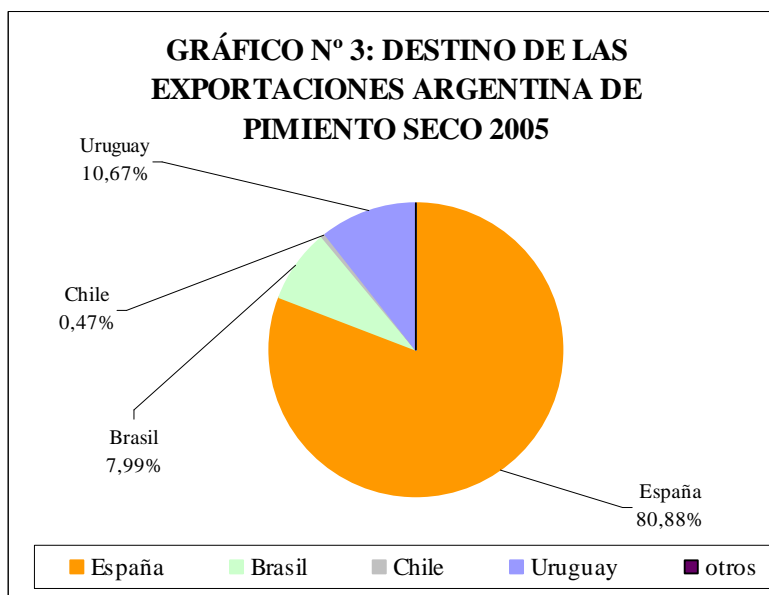
Fuente: Elaboración propia en base a datos de SENASA, SAGPyA, INDEC y ADUANA

Las exportaciones argentinas de pimiento seco y pimentón superaron las 200 toneladas anuales desde que el tipo de cambio favorece las exportaciones (año 2002). Puede verse en el gráfico N° 2 que el volumen de exportaciones de capsicum creció notablemente ante la salida de la convertibilidad, en los años siguientes se mantuvo por arriba de las 150 toneladas y tuvo su pico en el año 2005. En lo que va de este año, ya casi se alcanzan las 150 toneladas, por lo que se podría esperar que el volumen exportado a fin de año ronde las 200 toneladas.

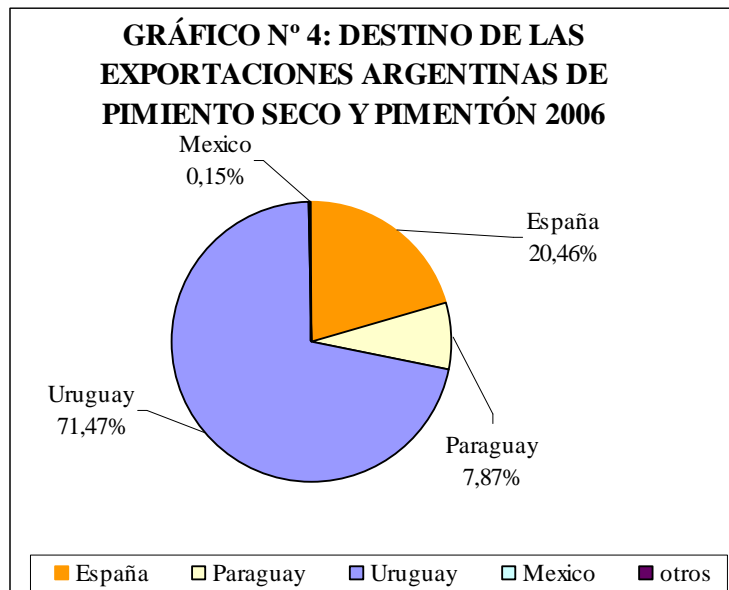


Fuente: Elaboración propia en base a datos de SENASA

La composición de las exportaciones por destino varía de año a año, por lo que puede concluirse que los vínculos comerciales no son muy rígidos en este sector. Los gráficos N° 3 y 4 permiten apreciar la notoria diferencia entre los países de destinos del pimentón exportado el año pasado y el anterior.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de SENASA



Fuente: Elaboración propia en base a datos de SENASA

Los principales destinos de la producción argentina de exportación no son siempre los mismos. Hasta el 31 de Julio del corriente año, el 58% del volumen fue exportado a Brasil y casi un 30% a Uruguay, pero en esto no se tiene en cuenta el gran volumen que año tras año se envía a España en el mes de Agosto. El año pasado, el principal destino fue Uruguay y en segundo lugar España, mientras que en 2005 fue al revés. Pueden citarse como destinos habituales de las exportaciones entonces a España, Brasil y Uruguay. En menor medida aparecen Chile, EEUU y Paraguay.

En el cuadro se muestran los porcentajes de volumen de exportación a estos destinos mencionados para 2005, 2006 y lo que va de 2007.

**CUADRO N° 1: DESTINO DE LAS EXPORTACIONES ARGENTINAS DE PIMENTÓN EN PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL**

país/año	2005	2006	al 31/7 07
Uruguay	10,67	71,47	28,81
España	80,88	20,46	-
Brasil	7,99	-	58,04
EEUU	-	-	13,14
Paraguay	-	7,87	-
Chile	0,47	-	-

Fuente: Elaboración propia en base a datos de SENASA

Puede llamar la atención las exportaciones a España, tradicional productor de pimentón y origen de las importaciones argentinas del producto. Sucede que España es productor de oleoresina de pimentón con una capacidad superior a la producción propia por lo que para abastecer su planta durante todo el año, importa de diferentes orígenes, especialmente en contraestación, hecho que confirma las bondades agroecológicas y la competitividad de nuestro país para este producto cuando se lo realiza con tecnologías y calidad adecuadas. Las exportaciones a este país son en su mayoría de pimiento seco triturado o sólo deshidratado. A diferencia de las exportaciones a Uruguay que en su mayoría son de pimentón.

Tradicionalmente el primer destino de las exportaciones argentinas era Brasil, pero este país disminuyó drásticamente su importación a partir de la devaluación de 1999. Aunque se

repusieron con la crisis y posterior depreciación del peso argentino no llegaron a los niveles de antaño dejando lugar a Uruguay como nuestro principal comprador del Mercosur.

Las exportaciones de pimiento seco a EEUU corresponden fundamentalmente a ají molido pero recientemente se ha comenzado a exportar también pimiento dulce, por eso aparece este país como nuevo destino de exportación este año.

### ***Competidores potenciales:***

Es necesario señalar que nuestro país no es significativo como proveedor del mercado mundial, por lo que tiene sentido hablar de competidores potenciales sólo en referencia al futuro y en caso de que Argentina logre posicionarse. A continuación, tomamos un país que tuvo un acelerado crecimiento en esta producción y que comenzó con niveles de exportación similares a los actuales de nuestro país y cuenta con características agroecológicas similares:

### ***Perú***

En un proceso de tan solo cinco años, Perú se ha convertido en uno de los líderes del mercado mundial de pprika especialmente de la variedad dulce. Hoy, es el principal proveedor del mercado de Estados Unidos y uno de los principales proveedores del mercado de la Unión Europea.

España y Estados Unidos constituyen el principal destino directo de las exportaciones peruanas de ajíes deshidratados, al representar de manera conjunta cerca del 78% del valor exportado (más de 50% a EEUU y el resto a España).

Por otra parte, cerca del 5% del valor exportado se destin en pequeñas cuantías individuales pero muy dinámicas, a un gran número de países en el mundo, lo que refleja la competitividad global que han alcanzado los ajíes deshidratados peruanos, especialmente la nativa pprika.

Las exportaciones peruanas de ajíes deshidratados han tenido un crecimiento exponencial:

Particularmente en el mercado de Estados Unidos, y dado que los registros de importaciones de este país que a diferencia de Perú, permiten separar pprika de otros ajíes o productos del genero capsicum, este producto ha representado en los últimos años, poco más del 80%, tanto en valor como en volumen (US\$ 30 millones CIF 13,500 toneladas en 2005), de las colocaciones de ajíes deshidratados y pulverizados de Perú en este mercado.

## **ETAPA II: MERCADO INTERNACIONAL**

El mercado mundial es muy amplio en cuanto a tipo y tamaño de consumidores por lo que su estudio es complejo. Esto no llevó a seleccionar grupo de países para el análisis y como resultado parcial de la investigación presentamos un listado no exhaustivo de los principales mercados consumidores:

### ***Estados Unidos:***

Es el principal importador mundial, puesto que compra más de 20% de los condimentos comercializados en el mundo. De ese total, 15% generalmente proviene de América Latina y el Caribe. Este mercado no es muy exigente en cuanto a calidad pero sí en volumen, ya que se caracteriza por comprar grandes cantidades sin fraccionar.

EEUU consume grandes cantidades de pimentón de España pero eso no cierra del todo las puertas a importaciones de otros orígenes como Perú y recientemente nuestro país.

EEUU importa p prika principalmente de España, México, Perú y China. Argentina no figura entre sus principales proveedores pero una buena parte de las exportaciones nacionales de pimienta desecado picante van a EEUU y recientemente se destin  una parte significativa de las exportaciones de pimienta seco dulce a este país.

#### *Union Europea:*

El comercio de esta especia dentro del mercado europeo tiene una diversidad de orígenes en cuanto al abastecimiento del mismo. Entre los principales encontramos a España (el cual es analizado en forma particular), Sudáfrica, India, China y Hungría entre otros. El actual mercado de hierbas aromáticas culinarias está con una oferta suficiente en este mercado por lo tanto la entrada de nuevos proveedores tendrá que desplazar a los existentes ofreciendo mejor calidad y sin contaminación microbiológica ni química, volumen, estabilidad en la oferta, precios competitivos, lo cual implica que los costos deben ser al menos iguales a los de los competidores. Los proveedores que quieran entrar a estos mercados, básicamente se enfrentarn con dos barreras:

1. La estructura comercial y los canales de distribución: Lo que antes era tradicional de grandes intermediarios está siendo reemplazado por el comercio directo. La relación entre exportador e importador juega un rol determinante. Para los europeos privilegiar esta forma de relación tiene una razón que es, la de anteponer la calidad para lo cual deben relacionarse con proveedores conocidos y confiables.
2. Crecientes exigencias de calidad, especialmente en cuanto a las normas sanitarias de la UE . Las exigencias de calidad van a ser cada vez más rigurosas, particularmente respecto a la limpieza y los niveles admitidos de pesticidas y herbicidas.

Seguramente debido a que se trata de un gran productor de Curry, se registraron en estos últimos años gran cantidad de importación de capsicum en Reino Unido figurando como principal proveedor los Países Bajos, lo que sugiere a este último como puerto de entrada a la UE.

#### *España:*

Dentro de la Union Europea este país merece un análisis particular ya que es un destino frecuente de las exportaciones actuales de capsicum. España es uno de los grandes productores mundiales de p prika con fines industriales (también Hungría) que se han convertido además de procesadores en grandes importadores de la materia prima. Este país es el principal importador de pimentón en términos de volumen (posee una capacidad superior a la producción propia y con necesidad de abastecimiento durante todo el año) de la Union Europea y a su vez uno de los abastecedores de este producto, ya sea en la misma forma o como oleoresina.

#### *Singapur*

Cuarto importador mundial y tercer exportador mundial de especias. Este país que es un productor y exportador destacado de oleoresinas de pimienta, curry en polvo y mezclas preparadas de especias, ha desarrollado una importante industria en tal sentido, importando muchos productos que no produce y export ndolos al resto del mundo con un incremento de valor agregado. Por este motivo es un importante comprador potencial, aunque en la actualidad no se exporta pimentón argentino con destino a Singapur.

## *Japón*

Japón es una plaza muy atractiva pero difícil. Se trata de un grupo de consumidores exigente ya que los productos de origen vegetal que se comercializan con éxito son en gran parte orgánicos o al menos con “etiqueta verde”(reducido uso de fertilizantes químicos) y este tipo de productos cuentan con el apoyo gubernamental (mediante trabas a la importación). En 2000 se dictó la ley de normas agrícolas japonesas (JAS) que promueve la agricultura orgánica y apoya a la creación de valor agregado en los productos vegetales con una tendencia proteccionista, con lo cual en este marco son bastantes los requisitos para las importaciones.

Según estudios de mercado, los consumidores japoneses pagan un sobrepeso de entre 20 o 30% si el producto es orgánico, hecho que convierte a este mercado en un buen blanco por la posibilidad de obtener un buen margen de ganancia<sup>6</sup>.

En el caso del pimentón, si bien esta sujeto a las exigencias de calidad, cuenta con la posibilidad de entrar al mercado como producto orgánico ya que al no ser un producto fresco no será sometido a fumigación en puerto manteniendo etiqueta de orgánico.

Argentina recibió en noviembre del 2001 una invitación para participar del Foro Internacional de Hierbas organizado por la Japan External Trade Organization (Jetro) en calidad de productor y posible exportador de especias, hierbas aromáticas y medicinales. Allí, también estuvieron presentes Indonesia y Egipto, como productores. Tras el encuentro, donde se presentó un informe de la secretaría de Agricultura sobre la situación del sector, el ámbito privado logró establecer importantes contactos comerciales con empresas japonesas<sup>7</sup> aunque al parecer no hubo avance para el pimentón como producto, observación que surge del análisis de las estadísticas, donde se nota la ausencia de Japón entre los destinos de las exportaciones.

## **CONCLUSIONES PARCIALES**

Como conclusión puede decirse que el mercado nacional no presenta mayores inconvenientes: se está logrando satisfacer la demanda interna con consumidores no muy exigentes en cuanto a calidad.

A nivel productivo es necesario una eficientización en los sistemas de producción que permita reducir los costos e incrementar la rentabilidad.

En cuanto al mercado internacional, Argentina si bien coloca cierta producción es un participante sin presencia y está lejos de insertarse y participar activamente del mercado mundial de especias, puesto que tiene grandes falencias en competitividad de costos, comercialización y calidad.

Como una aproximación del comercio de capsicum a nivel global, podemos decir que existen cuatro grandes grupos de países que son de interés para Argentina, ya sea como mercados o porque constituyen una amenaza.

---

<sup>6</sup> Los mercados mundiales de frutas y hortalizas orgánicas. Organización de las naciones unidas para la agricultura y la alimentación (FAO)

<sup>7</sup> Diario La Nación. Edición del 25/09/01.

- Países industrializados, donde encontramos a EE.UU., Alemania, Inglaterra y Japón. Estos países son grandes productores, con costo de mano de obra y energía elevados, pero con una producción agrícola y proceso productivo muy eficientes, a pesar de lo cual no son autosuficientes y por ello importan grandes volúmenes imponiendo altas exigencias.
- Países europeos, España, Portugal y Grecia. Son países exportadores e importadores de pimiento deshidratado, que tienen como principal ventaja sobre nuestro país la cercanía con los grandes centros de consumo.
- Hungría, Bulgaria y Polonia: han sido por décadas los abastecedores tradicionales de gran parte de Europa. Su ventaja es el bajo costo de producción y cercanía a los centros de consumo.
- China, Israel, México, Perú y Chile. Constituyen la principal amenaza ya que cuentan con condiciones agroclimáticas similares a Argentina para el cultivo del pimiento. China, México y Perú presentan además, bajos costos de mano de obra.

## BIBLIOGRAFÍA

- **Estudios Provinciales de Competitividad** (documento de síntesis) Parellada, G. H. 11-2004. PROSAP: Disponible en <http://www.rimisp.cl/getdoc.php?docid=2798>
- **Informe de Coyuntura mensual**. Acerbi, M. 12/2006. Dirección de alimentos. Dirección de Industria Alimentaria. SSGPyA. Disponible en: <http://www.alimentosargentinos.gov.ar>
- **Censo Nacional Agropecuario 2002**. INDEC. disponible en <http://www.indec.gov.ar>
- **Debilidades y desafíos tecnológicos del sector productivo especias hierbas aromáticas y medicinales Catamarca, Córdoba, Misiones, Salta**. SECYT. Disponible en: [http://www.cofecyt.secyt.gov.ar/pdf/productos\\_alimenticios/Hierbas/Especias\\_Hierbas\\_Aromaticas\\_y\\_Medicinales.pdf](http://www.cofecyt.secyt.gov.ar/pdf/productos_alimenticios/Hierbas/Especias_Hierbas_Aromaticas_y_Medicinales.pdf)
- **Informe sectorial de aromas y esencias n° 7. 09/06**. Dirección nacional de alimentos. Disponible en: [http://www.alimentosargentinos.gov.ar/0-3/especias/02\\_Informes/especias\\_07.pdf](http://www.alimentosargentinos.gov.ar/0-3/especias/02_Informes/especias_07.pdf)
- **Informe sectorial de aromas y esencias n° 5. 08/05**. Dirección nacional de alimentos. Disponible en: [http://www.alimentosargentinos.gov.ar/0-3/especias/02\\_Informes/Especias05.pdf](http://www.alimentosargentinos.gov.ar/0-3/especias/02_Informes/Especias05.pdf)
- **Seminario de Pimiento para Pimentón. Amaicha del Valle**, 4 de agosto de 2004 - Cámara Argentina de Especias, Molinos de Pimentón y Afines (CAEMPA) - SENASA, Coordinación de Frutas y Hortalizas - INTA - SAGPyA, Dirección Nacional de Alimentación y Dirección de Mercados Agroalimentarios. Disponible en: [http://www.alimentosargentinos.gov.ar/0-3/especias/01\\_Cadenas/Pimiento\\_pimenton/Pto\\_pimenton.htm](http://www.alimentosargentinos.gov.ar/0-3/especias/01_Cadenas/Pimiento_pimenton/Pto_pimenton.htm)
- **Estudios Agroalimentarios. Componente A: Fortalezas y debilidades del sector agroalimentario. Documento 5: Productos aromáticos y medicinales**. Instituto

- Interamericano de Cooperación para la Agricultura** Arizio, O. y Curioni A., Estudio 1.EG.33.7 (IICA-ARGENTINA). Marzo 2003. Disponible en: <http://www.eclac.cl/argentina/noticias/paginas/7/12267/Informe3375A.PDF>
- Diario **La Nación**. Edición del 25/08/01 y del 25/09/01. Disponible en: [www.lanacion.com.ar](http://www.lanacion.com.ar)
  - Diario **El Tribuno de Salta**. Sección Economía. Edición 30/07/07. Disponible en: [www.eltribunosalta.com.ar](http://www.eltribunosalta.com.ar)
  - **Los mercados mundiales de frutas y hortalizas orgánicas**. Organización de las naciones unidas para la agricultura y la alimentación (FAO). Disponible: : <http://www.fao.org/docrep/004/Y1669S/y1669s0b.htm>
  - **Fundamento de clasificación de riesgo Corporación MISKI S.A.** Información financiera al 31 de marzo de 2007. Jocelyn Vergara Vergara para CLASS & ASOCIADOS S.A. Disponible en: <http://www.classrating.com/Miski.PDF>
  - **Hierbas aromáticas y especias. Análisis de Cadena Alimentaria** Ing. Agr. Matías Acerbi e Ing. Agr. Marita Ruesta . Disponible en:
    - [http://www.alimentosargentinos.gov.ar/0-3/revistas/r\\_30/cadenas/hierbas\\_especias.htm](http://www.alimentosargentinos.gov.ar/0-3/revistas/r_30/cadenas/hierbas_especias.htm)
  - **El caso de la p prika peruana y otros ajies deshidratados: al galope en el mercado internacional**. Disponible en:
    - [http://www.agronet.gov.co/www/docs\\_agronet/2006616142441\\_PAPRIKA%20PERUANA.pdf](http://www.agronet.gov.co/www/docs_agronet/2006616142441_PAPRIKA%20PERUANA.pdf)
  - **Proyecto Específico Desarrollo de bases para la producción y comercialización de aromáticas-condimenticias de fruto diferenciadas, por calidad de productos y procesos**. Coordinador Ing. Raul E. Orell. U.E y E.A. Valles Calchaquíes. INTA. Tucumán