

**L'ACCEPTATION DU COQUERET: CONSOMMATION ET INDUSTRIE
PHARMACEUTIQUE À MONACO**

1

L'acceptation du coqueret: Consommation et industrie pharmaceutique à Monaco

José David GONZÁLEZ BELTRÁN

Kevin Steve TRIANA ESPINOSA

LE DIPLOME DE PROFESSIONNEL EN LANGUES MODERNES

Sous la direction de

Angélica CASALLAS BAUTISTA

Programme Profesional Langues Modernes

Universidad ECCI

Bogotá, Colombia

Juillet, 2016

Résumé

Tout d'abord, l'intention de ce texte de pré-mémoire est réussir le cours de Seminario Intersemestral 2016-1, étant une condition pour obtenir le diplôme de Professionnel en Langues Modernes. D'ailleurs, ce document sera utile en tant que document de base pour des prochaines recherches de ce type.

À partir de cela, l'idée de la recherche est montrer les bénéfices du coqueret à Monaco afin de connaître quelle peut être la perception sur ce produit.

Malgré le coqueret est un produit propre de la culture colombienne exporté en autres pays d'Europe, il n'est pas très connu à Monaco puisque cette principauté n'a pas de relations commerciales avec la Colombie.

Par conséquent, il y a des projets, des thèses, des plans de marketing et des recherches au sujet de l'exportation de ce fruit en Europe, mais il n'existe aujourd'hui aucune étude qui énumère les exportations vers Monaco.

C'est pourquoi, nous voulons faire connaître les avantages que ce produit peut avoir au secteur touristique et pharmaceutique de Monaco, car ils sont des secteurs importants du pays.

Or, cette idée sera utile aussi comme une chance d'élargir le marché d'exportation parce que cela aidera à établir une possible relation commerciale entre les deux pays qui pourra augmenter la production et la commercialisation du coqueret.

Enfin, ce travail prétend expliquer le contexte du produit et du pays afin d'établir une relation directe de ces deux aspects pour montrer pourquoi l'acceptation du produit sera possible notamment dans ce pays.

Mots clés: *Coqueret, Monaco, pharmaceutique, alimentation, neuromarketing*

Table des matières

CHAPITRE 1.....	5
Introduction	5
Introduction à l'étude.....	5
Énoncé du problème.....	6
Justification de l'importance de problème.....	7
CHAPITRE 2.....	9
Cadre théorique et état de l'art	9
Introduction au chapitre.....	9
Cadre théorique.....	9
Le coqueret.....	9
La Principauté de Monaco	11
Neuromarketing	12
État de l'art	13
CHAPITRE 3.....	15
Conception de la recherche	15
Introduction au chapitre.....	15
Type d'étude.....	15
Contexte.....	15
Participants	16
Instruments de collecte de données.....	16

L'ACCEPTATION DU COQUERET: CONSOMMATION ET INDUSTRIE

PHARMACEUTIQUE À MONACO

	4
CHAPITRE 4.....	17
Conclusions	17
Introduction au chapitre.....	17
Comparaison du travail de recherche avec les études précédentes	17
Importance du travail de recherche	18
Limite de l'étude.....	18
Projection de la recherche	18
Références	19

CHAPITRE 1

Introduction

Introduction à l'étude

D'abord, ce document intitulé "L'acceptation du coqueret: Consommation et industrie pharmaceutique à Monaco", est une pre-mémoire qui tend ainsi à montrer les divers utilisations du coqueret pour attirer son acceptation grâce à l'applicabilité qu'il peut offrir au secteur touristique et pharmaceutique.

En plus, c'est une analyse qui a pour objectif connaître quelle sera la perception des habitants et touristes de Monaco sur le coqueret, à partir de l'exposition de ses divers avantages.

Par ailleurs, l'idée du projet est aussi montrer un produit colombien dans autre pays, afin d'offrir une nouvelle alternative compléter les options à la nourriture aux sites touristiques comme les hôtels, restaurants et bars où les touristes peuvent amuser tous les bénéfices et utilisations de ce produit.

Également, cette idée est une manière de faire une reconnaissance à l'industrie colombienne des fruits, laquelle a une bonne importance à l'extérieur pour les différents produits nationaux qui sont exportés dans beaucoup de pays. Par conséquent, s'élargit le marché d'exportation de nos produits aux autres pays qui n'ont pas une relation commerciale avec la Colombie.

Depuis 1994, le coqueret a été exporté en Europe, et dès 2004, a été exporté vers les États-Unis, au cours de cette période, il y a eu divers projets, thèses, des plans de marketing et parmi d'autres écrits et des recherches sur l'exportation de ce fruit en Europe, mais, il n'existe pas aujourd'hui aucune qui énumère les exportations vers la Principauté de Monaco.

Énoncé du problème

Beaucoup de produits colombiens ont une bonne acceptation aux pays étrangers grâce à leur saveur et variété qui attire l'attention des personnes qui ne les connaissent pas et qui peuvent découvrir les différentes utilisations qu'ils offrent.

D'autre part, selon la présidente de Procolombia, Maria Claudia Lacouture (2013), c'est possible qu'un produit colombien ait le succès à l'extérieur pourvu qu'il répond aux besoins et demande des clients internationaux afin d'assurer la compétitivité, prix et la valeur ajoutée.

Un de ces produits est le coqueret qui est déjà connu en quelques pays d'Europe comme France, Allemagne et Angleterre où est perçut comme un aliment exotique, adaptable en différents situations grâce à sa variété, saveur, apparence, durabilité et facile transportation par suite de la taille. (Arias, 2013, p.24)

De sorte que, ce produit peut être introduit à la Principauté du Monaco, qui est un pays avec une grande influence de la culture française dont la principale source d'économie est le tourisme et l'industrie pharmaceutique.

En ce qui concerne l'aspect touristique, le produit s'introduire comme une nouvelle option dans le menu que les hôtels, les bars et les restaurants offrent aux habitants propres et étrangères, pour faire la combinaison parfait avec le style de vie des Monégasques, qui peut payer bon d'argent par un produit très exotique.

Par ailleurs, selon la FAO, dans une étude réalisée en 2006, Colombie actuellement fait l'exportation du coqueret autour de 29 pays, desquels le 97% sont d'Europe. (Arias, 2013, p. 24). C'est information montre que le produit à une présence importante au niveau international.

L'ACCEPTATION DU COQUERET: CONSOMMATION ET INDUSTRIE

PHARMACEUTIQUE À MONACO

7

Pour cette raison, c'est possible déterminer que le coqueret peut être accepté à Monaco, grâce à l'importance touristique, les affaires commerciales et la position stratégique du pays comme un port commercial.

En effet, l'aspect des affaires commerciales de Monaco est une raison pour laquelle le coqueret n'est pas connu là, parce que le pays n'est pas une relation économique directe avec Colombie.

Ainsi, avec l'introduction de ce produit sera possible établir une relation commerciale entre les deux pays afin d'élargir la commercialisation du coqueret.

Justification de l'importance du problème

L'idée de ce projet est argumentée les divers bénéfices qui offre le coqueret et que les Monégasques peuvent utiliser dans leurs foyers et dans sites touristiques : les restaurants, les hôtels et les bars de diverses manières comme une nouvelle alternative dans l'alimentation, aussi dans le secteur pharmaceutique comme une solution en différents maladies.

D'autre part, l'exportation de fruits exotiques est un marché plus attractif dans les pays européens où le coqueret a une grande demande. Ce possible mettre en évidence que entre les années 2005 et 2007, l'exportation du coqueret augmente un 4% dans pays comme France, Allemagne et les Pays Bas selon Legiscomex (Arias, 2013, p. 25). En effet, c'est une raison pour laquelle le coqueret à beaucoup de chance d'être accepte à Monaco.

En plus, avec le dessin d'un poster d'investigation sera présenté le coqueret dans la Principauté de Monaco afin de montrer l'applicabilité du fruit dans le secteur touristique et pharmaceutique, c'est-à-dire, aux restaurants, hôtels, bars et la santé.

L'ACCEPTATION DU COQUERET: CONSOMMATION ET INDUSTRIE

PHARMACEUTIQUE À MONACO

8

De même que autre avantage, c'est que le coqueret est produit tout l'année en Colombie, dès lors, c'est une bonne manière de bénéficier aux producteurs colombiens car c'est aidera à établir différents accords commerciaux et élargir plus les frontières permettant que les Monégasques connaissent et amusent tous les bénéfices de ce fruit.

Au sujet de ce dernière aspect, Monaco est connu pour avoir une forte industrie pharmaceutique, c'est pourquoi le produit permettra le développement de plus recherches avec l'objectif de trouver d'autres bénéfices pour la population.

Question de recherche et objectifs

Tenant compte que le coqueret est un produit qui n'est pas très connu à Monaco, mais qu'il est exporté dans autre pays de l'Europe, qu'il a beaucoup d'utilisations autant que alimentaires comme médicinales et que Monaco est un pays reconnu dans le cadre touristique et pharmaceutique, on est proposé la question suivante: Pour quelles raisons à Monaco, serait-il accepté le coqueret?

De la même manière, on est proposé les objectifs suivants :

Objectif Général

Argumenter les divers bénéfices du coqueret afin d'obtenir la possibilité d'acceptation à Monaco.

Objectifs Spécifiques

1. Montrer l'applicabilité des diverses utilisations du coqueret dans l'industrie touristique et pharmaceutique de Monaco.
2. Dessiner une stratégie de marketing pour présenter les divers bénéfices et utilisations du coqueret afin de promouvoir le produit.

CHAPITRE 2

Cadre théorique et état de l'art

Introduction au chapitre

Après avoir fait une révision des documents académique en regardant le sujet abordé, on est déterminé qu'il n'y a pas d'information relevant sur l'incursion du coqueret dans Monaco. Cependant, si c'est trouvé des études au sujet de l'exportation ou la connaissance de ce produit en Japon, États-Unis, France, de même que textes sur les utilisations du coqueret à l'aspect alimentaire et pharmaceutique. C'est pourquoi dans ce chapitre, seront présentés les études qui font allusion au produit en question et les concepts mettons en relation avec lui.

Cadre théorique

Le coqueret

Le coqueret (*Physalis peruviana*) est un fruit originaire du Pérou mais les principaux producteurs sont la Colombie et la République d'Afrique du Sud. C'est un fruit ronde et juteux dont les feuilles ont une forme de cœur, la peau est douce et brillante et la couleur est normalement jaune, sa saveur est semi acide. (Avella, Segura, 2014, p. 28). Le fruit contient important nutriments comme la vitamine A, protéine, phosphore, fer et zinc.

En plus, c'est important de mentionner les différentes utilisations du coqueret, lesquelles font que ce fruit soit commercialisé en divers lieux.

Dû à cela, le fruit est très apprécié dans beaucoup de pays car il est adaptable en plusieurs situations, il a un long temps de vie et c'est facile de manier.

Quant à l'industrie alimentaire, le coqueret est utilisée comme fruit crue, en jus naturelles, desserts, liqueurs, salades, plates gourmets et comme décoration en coquetels et vins.

D'autre part, le coqueret a plusieurs bénéfices déjà trouvés à la santé. C'est pourquoi il est très important et attractif puisqu'il n'a pas seulement différentes utilisations alimentaires mais aussi il apporte divers avantages médicaux.

En premier lieu, le coqueret est utilisé dans la médecine traditionnelle grâce à sa propriété comme anti cancérigène, diurétique, antipyrétique et pour le traitement de maladies comme la malaria, les dermatites, l'arthrite rhumatoïde, le diabète, la prostate, la myopie et les affections de gorge. En outre, les extraits des feuilles ont montré d'importantes propriétés antioxydants, anti inflammatoires et antibiotiques. (Franco et al, 2007)

Marché actuel du coqueret

En Colombie, le coqueret est cultivé principalement dans les départements de Cundinamarca, Nariño, Cauca, Huila, Antioquia, Boyacá. C'est fruit est un des aliments nationaux plus importants et commercialisés autour du monde.

Par ailleurs, selon la FAO, Colombie a commencé à exporter le coqueret pendant les années 80 comme une stratégie du gouvernement afin d'élargir l'offre des produits colombiens vers l'extérieur. (Arias, 2013, p. 24)

Aussi, selon Proexport, en 2011, le coqueret est trouvé entre le 45,8% des fruits exotiques produit dans le pays pour exporter aux autres pays, en registrant \$19,1 millions. La production nationale du coqueret dans cette année était 10.766 tons avec un total de 743 hectares semailles. (Avella, Segura, p. 43)

D'autant plus que le panorama international est très positif car ce produit est une des produits colombiens plus exporté avec un bon positionnement au marché international.

L'ACCEPTATION DU COQUERET: CONSOMMATION ET INDUSTRIE

PHARMACEUTIQUE À MONACO

11

En effet, c'est démontré selon la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, Colombie est considérée le premier producteur mondial du coqueret (Arias, 2013. p. 10). Également, dans l'année 2007, ont été exportés 8.024.679 kg du coqueret aux Les Pays- Bas (\$10,9 millions), Allemagne (\$6,8 millions), France (\$3,2 millions), Suisse (\$987.246) et Royaume Uni (\$827.940). (Legiscomex 2012 p. 24, 25).

Tout cela démontre que le coqueret a une grande importance en Europe et qui est très répandue dans le territoire colombien comme un produit fort utile dans l'alimentation et la médecine.

La Principauté de Monaco

La Principauté de Monaco est le pays plus petit du monde après Le Vatican, avec approximativement 36.950 habitants, c'est situé en la côte sud orientale française, très proche à la frontière italienne, baignée par la mer Méditerranée.

Bien que, la principauté n'appartient pas à l'Union européenne, mais à cause de sa relation avec la France, elle participe en quelques politiques communautaires avec les mêmes normes que les membres de la communauté.

Ensuite, le secteur touristique représente une partie plus importante dans l'économie du Monaco, car il représente le 95 % du produit intérieur brut du pays.

D'autre part, le pays est entièrement urbanisée, il ne dispose pas des terres consacrées à l'agriculture et de minéraux exploitations, mais un des principaux ressources est le climat pour sa position proche à la Mer Méditerranée.

L'ACCEPTATION DU COQUERET: CONSOMMATION ET INDUSTRIE

PHARMACEUTIQUE À MONACO

12

Bien sûr, Monaco à plusieurs des musées destinés à l'apprentissage de l'histoire et la culture de la principauté et des monuments caractérisés par un style Renaissance comme La Cathédrale de Monaco, Le Palais de Justice, et l'un des plus connus dans le monde, Le Casino de Monte-Carlo.

Quant à les coutumes du pays, elles ne sont pas très différentes de l'Europe, en particulier de la France, un pays qui détient de nombreuses similitudes culturelles.

Au sujet du repas monégasque, existe une importante influence française et italienne, cependant la gastronomie est distinguée par ingrédients latins comme l'huile d'olive et de l'ail.

Le plat de pâtes typique de la cuisine est Stocafi: morue bouilli avec tomates et beaucoup d'herbes, fait avec des vins et du cognac offerts en divers hôtels et restaurants parmi lesquels Les Roses de Vents, Le Saint Benoit, La Trattoria.

Finalement, le secteur pharmaceutique apparaît comme le plus représentatif à Monaco avec 49,21 %. Il compte avec des entreprises reconnues dans l'industrie ophtalmologique, par exemple, la entreprise NOVAX PHARMA, laquelle est caractérisée par le développement, fabrication et commercialisation de son propre produits ophtalmiques avec substances naturelles, le même que la entreprise R&D PHARMA qui a prédominance visible dans le domaine de la phytothérapie, complément alimentaire et dispositifs médicaux.

Neuromarketing

L'idée de écrire ce travail est donner à connaître un produit pour qu'il soit acheté dans un nouveau marché et attirer l'attention d'une population spécifique, tenant compté la perception que le produit peut avoir chez les gens. Alors, on parle du concept de neuromarketing comme un outil qui s'appuie sur différentes disciplines : les neurosciences, la publicité et la psychologie, afin

d'étudier les processus du cerveau, par exemple, les sentiments, les émotions, les sens pour prédire le comportement des consommateurs à travers de la prise de décisions.

Selon Jürgen Klaric, le neuromarketing est une nouvelle façon de connaître le consommateur et de trouver quel type d'approche devrait être fait pour promouvoir le produit. Il traite de comprendre quels sont les effets de la publicité sur le cerveau et dans quelle mesure est affecté le comportement des clients. Tout cela possible grâce aux techniques de la neuroscience appliquée au même commerce.

En somme, avec le neuromarketing est possible présenter un nouveau produit dans une population afin de savoir sa perception et comme peut être accepté dans un lieu où il est ne pas connu.

État de l'art

La recherche académique des études à fait comme un précédent pour obtenir information relevant proche au thème abordé. Après une complète révision de la littérature, on trouve qu'il y a des textes dans sites d'internet locaux et internationaux qui parle sur le coqueret, ses utilisations et son exportation, en faisant remarque de l'importance du produit pour les gens grâce à ses utilisations médicinales et sa variété alimentaire. C'est pourquoi, les études montrent une relation avec le sujet de la recherche, puisque l'information des précédents est relie avec les utilisations alimentaires et pharmaceutiques du produit.

D'abord, on se trouve information sur l'exportation du coqueret à Japon avec l'intention de développer un plan d'exportation puisque selon la recherche, existe une opportunité d'exporter le produit grâce aux conditions géographiques du pays. Cette recherche montre en évidence que le coqueret peut être connu dans autre pays avec un bon plan d'exportation et si les conditions

L'ACCEPTATION DU COQUERET: CONSOMMATION ET INDUSTRIE

PHARMACEUTIQUE À MONACO

14

géographiques du pays permettent l'arrivée, quelque chose qui peut être possible à Monaco tenant compte la position stratégique du pays et les applicabilités déjà mentionné du coqueret.

En outre, il y a information sur les nutriments que le produit apporte à la santé. Selon Aristizabal (2013), le coqueret à un potentiel de composés bioactifs favorables pour le traitement des différentes maladies, appliqués en le développement d'aliments fonctionnelles.

Aussi, autre recherche fait par différents auteurs en Colombie (Franco et al. 2007), confirme l'activité anti-inflammatoire du coqueret et son utilisation dans la médecine populaire en raison du développement de produits phytomédicaux comme alternative significative dans le traitement de problèmes inflammatoires.

D'ailleurs, suite à les propriétés favorables du coqueret, dans une étude scientifique de 2010, il était trouvé un composé chimio-thérapeutique avec effet anti-inflammatoires et anti hépatome contre le cancer du poumon. (Yen et al.)

En peu de mots, toutes les recherches de type académique et scientifique trouvés comme support au sujet du travail, sont développés en fonction de l'exportation et les utilisations alimentaires et pharmaceutiques du coqueret, en montrant en évidence les divers bénéfices que ce produit apporte à la population.

CHAPITRE 3

Conception de la recherche

Introduction au chapitre

Dans ce chapitre on abordera le type d'étude utilisé pour le déroulement de la recherche tétant compte la manière comme est proposé le sujet d'investigation. Aussi, sera expliqué le contexte dans lequel on prétend mettre en place la recherche, suivi du marché objectif lequel est dirigé la recherche concernant et les possibles instruments de collectes de données pour obtenir l'information et continuer l'étude au futur.

Type d'étude

Le type de recherche utilisé dans ce projet est de caractère exploratoire car l'étude aborde un sujet qui n'a pas très exploré parce qu'il n'y pas des recherches sur le coqueret à Monaco spécifiquement.

C'est important de remarque que le sujet est exploré à travers de techniques d'informations basées dans une révision bibliographique spécialisée qui permet donner à connaitre qu'il y a des études similaires sur le produit centré sur autres pays.

Aussi, cette recherche à l'intention de donner une vision général sur le sujet sans établir des résultats précis pendant que la recherche est seulement une investigation préliminaire qui permettra continuer une étude plus complète.

Contexte

Le document est centré sur l'idée de présenter le coqueret dans un pays francophone, dans ce cas, la Principauté de Monaco, au secteur touristique avec l'intention de lui utiliser dans les hôtels, bars, restaurants et dans les entreprises du secteur pharmaceutique.

Participants

La recherche développée à l'intention de montrer les divers bénéfices d'un produit colombien afin d'attirer l'attention des habitants et touristes de la Principauté de Monaco. Le produit sera utile et adéquat pour les entreprises Monégasques qui ont partie du secteur pharmaceutique, très important dans ce pays, car elles peuvent profiter des avantages du coqueret déjà existant à la santé et aussi trouver autres bénéfices pharmaceutiques pour le bien-être de la population.

Instruments de collecte de données

Dans une phase initiale, les instruments de collecte de données ont été des travaux de recherche et thèses qui parlent sur des sujets liés au thème abordé. Toute l'information rassemblée ont été de type secondaire dû à qu'elle n'est pas obtenue directement de données appliquées ou de recueillies de première source, mais la plupart du travail desquels ont compilé les informations sont sur recherches que dans le moment ont été données directes, puisque les responsables de ceux-ci utilisent comme la collecte de données impliquant un contact direct sur le sujet d'étude.

Pour une phase suivante, l'observation scientifique et l'enquête pourrait être utilisée comme techniques et instruments pour recueillir d'information de type primaire qui peuvent conduire à des conclusions et résultats plus précis au futur.

CHAPITRE 4

Conclusions

Introduction au chapitre

Tout d'abord, le chapitre présente une comparaison du travail avec des études précédentes qui ont un sujet de recherche similaire comme point de partie pour la recherche. Ensuite, sera expliqué l'importance de ce travail pour les auteurs et les étudiants de l'université ECCI. Par ailleurs, on montrera quelques limites de l'étude en relation avec le temps et lieu. En dernière analyse, sera présenté les projections de la recherche afin de faire un possible approfondissement du sujet d'étude.

Comparaison du travail de recherche avec les études précédentes

Le sujet du travail de recherche est sur l'acceptation du coqueret dans le secteur touristique et pharmaceutique de Monaco. En raison du développer la recherche, il était nécessaire de faire une révision des études précédentes pour déterminer la viabilité du sujet d'étude.

Pendant le procès d'obtention de l'information, on pourrait noter que l'idée de présenter le coqueret à Monaco est nouvelle car seulement il y a information sur le produit dans autre pays européens, en soulignant l'utilisation alimentaire et pharmaceutique.

En général, les études précédentes sont centrées sur l'importance des diverses utilisations et sur l'exportation du produit à différents pays, ce qui démontré que l'idée d'introduire le fruit à Monaco est possible grâce à l'information obtenue qui prouvent que le coqueret est accepté dû à ses utilisations dans le secteur alimentaire et pharmaceutique où Monaco est très reconnu.

Importance du travail de recherche

Premièrement, le travail de recherche c'est important pour nous en ce qui concerne la rédaction d'un document académique et d'investigation écrit dans une langue étrangère, la langue française. D'autre part, la recherche a permis de mettre à jour un sujet d'investigation qui a déjà été abordé de manière provisoire.

Aussi, pour réussir le cours de Seminario Intersemestral afin d'obtenir le diplôme de Professionnel en Langues Modernes.

Finalement, le travail est important parce qu'il peut être utile comme une guide pour des autres étudiants dans l'élaboration d'une recherche similaire.

Limite de l'étude

À cause de la courte duration du cours, il n'a pas été possible faire une recherche plus exhaustive sur le sujet d'étude, c'est pourquoi le travail ne montre pas des résultats précis puisque la recherche est seulement de type exploratoire appuyée sur des études précédentes sans donner des précisions sur le thème abordé. Aussi, en ce moment, est difficile de voyager au pays destiné pour connaitre la perception real du produit qui ont essaie de présenter là.

Projection de la recherche

L'idée de développer ce type de recherche propose la possibilité de continuer l'étude d'une manière plus approfondie en utilisant une méthodologie plus précise pour donner à la fin un résultat ou réponse real sur le thème abordé avec plus de temps pour son déroulement.

Références

- Arias, C. (2013). *Guia de exportacion para la uchuva fresca colombiana hacia Estados Unidos*. Pereira. Consulté à http://ribuc.ucp.edu.co:8080/jspui/bitstream/handle/10785/1644/Informe_final_practica_academica_christine_arias_duque_negocios_internacionales.pdf?sequence=1
- Aristizabal, A. (2013). *Uchuva (Physalis peruviana L): estudio de su potencial aplicación en el desarrollo de alimentos con características funcionales*. Caldas y Antioquia. Consulté à: http://repository.lasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/1044/1/Uchuva_estudio_potencial_aplicacion_desarrollo_alimentos_funcionales.pdf
- Avella, A., & Andrea, S. (2014). *Plan de exportación de uchuva a Japón: viabilidad y estrategias aplicables*. Bogotá. Consulté à <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/4925/1010202049-2014.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Belen, L. (2016 de Noviembre de 2014). *Club Ensayos. Neuromarketing*. Consulté à: <https://www.clubensayos.com/Negocios/Neuromarketing/2225957.html>
- González, M. (2010). *Conservación de mora, uvilla y frutilla mediante la utilización del aceite esencial de canela (Cinnamomum zeylanicum)*. Riobamba, Ecuador. Consulté à: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/737/1/56T00255.pdf>
- Luis A. Franco, G. E. (2007). Actividad antiinflamatoria de extractos y fracciones obtenidas de cálices de *Physalis Peruviana L*. *Scielo*, 110-115. Consulte à: http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-41572007000100010&script=sci_arttext&tlng=es

Rop, O., Mlcek, J., Jurikova, T., & Valsikova, M. (2012). Bioactive content and antioxidant capacity of Cape gooseberry fruit. *Open Life Sciences*, 7(4), 672-679. Consulté à: [http://www.degruyter.com/dg/viewarticle.fullcontentlink:pdfeventlink/\\$002fj\\$002fbiol.2012.7.issue-4\\$002fs11535-012-0063-y\\$002fs11535-012-0063-y.pdf?t:ac=j\\$002fbiol.2012.7.issue-4\\$002fs11535-012-0063-y\\$002fs11535-012-0063-y.xml](http://www.degruyter.com/dg/viewarticle.fullcontentlink:pdfeventlink/$002fj$002fbiol.2012.7.issue-4$002fs11535-012-0063-y$002fs11535-012-0063-y.pdf?t:ac=j$002fbiol.2012.7.issue-4$002fs11535-012-0063-y$002fs11535-012-0063-y.xml)

Procolombia. (4 de Octubre de 2013). *Productos colombianos tienen oportunidades en el exterior y Bancóldex, PROCOLOMBIA y PTP ofrecen las herramientas para exportar*. Consulté à: <http://www.procolombia.co/noticias/productos-colombianos-tienen-oportunidades-en-el-exterior-y-bancoldex-proexport-y-ptp-herramientas-para-exportador>

Yen, C. Y., Chiu, C. C., Chang, F. R., Chen, J. Y., Hwang, C. C., Hseu, Y. C., & Cheng, Y. S. (2010). 4 β -Hydroxywithanolide E from *Physalis peruviana* (golden berry) inhibits growth of human lung cancer cells through DNA damage, apoptosis and G2/M arrest. *BMC cancer*, 10(1), 46. Consulté à: <http://bmccancer.biomedcentral.com/articles/10.1186/1471-2407-10-46>