

INTERNACIONALIZACIÓN DE LA PYMES” COMPONENTE 2: INNOVACIÓN PARA LA EXPORTACIÓN

*Consultancy on Exportation to the European Union.
Annex to Part 2: Presentations*

Abril 8, 2016

“INTERNACIONALIZACIÓN DE LA PYMES”

COMPONENTE 2: INNOVACIÓN PARA LA EXPORTACIÓN

PROYECTO CEPAL

Tres pilares importante en exportación

1. Adecuación de productos de la demanda
Tendencias de consumidores en Europa: Top 10 trends
Sistema de I+D en Holanda
2. Cumplimiento y certificación de estándares
Typos de estándares & experiencia de un emprendador Holandes
3. Selección del canal de comercialización más adecuado
“Canales dedicades” y casos de éxito

Top 10 tendencias en Europa



Top 10 trends 2016

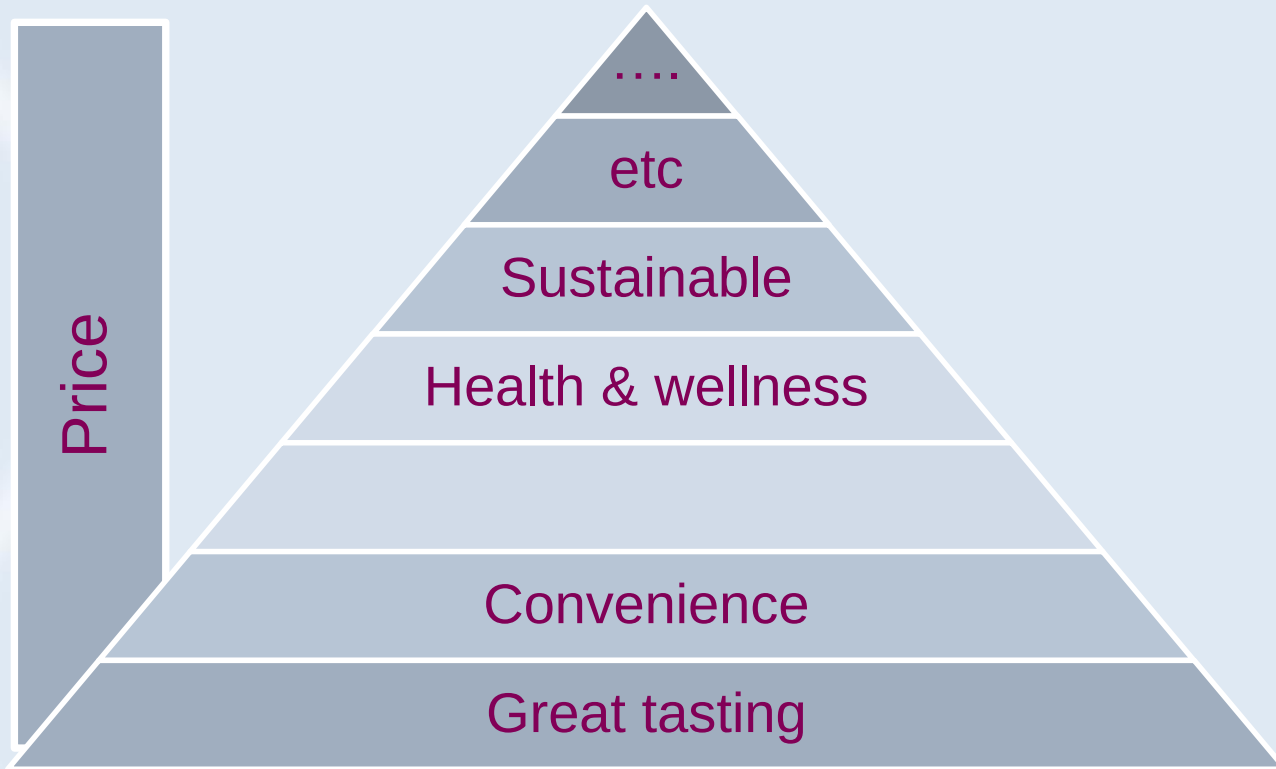
1. Clean and clear label
2. Convenience for foodies
3. The 'Flexitarian' effect
4. Processing the Natural Way
5. New routes for fruits and veggies
6. Creating a 'real' link
7. Small players, big ideas
8. Beyond the Athlete
9. The indulgence 'Alibi'
10. Tastes for New Experiences

Adapted from Innova Market Insights

Attractive trends for EL Salvador

- Discussion!

Hierarchy of product attributes



1. Clean and clear label



Nadat eerst water en bruisende waters een nieuw design hebben gekregen, is het nu de beurt aan de limonades. De vernieuwde lijn Spa limonades bestaat uit zes smaken: Orange, Lemon Cactus,

zetten hiermee een belangrijke stap in onze mvo-doelstellingen. Om de claim 100 procent natuurlijk te kunnen waarmaken, heeft Spa de kunstmatige ingrediënten vervangen door natuurlijke.

stromen de komende weken bij alle supermarktketens binnen. Om chemische conserveermiddelen te weren, heeft Spadel voor €17,5 miljoen geïnvesteerd in een asep-

2. Convenience for foodies



3. The "Flexitarian" Effect



3. The "Flexitarian" Effect



3. The "Flexitarian" Effect



3. The "Flexitarian" Effect



4. Processing the Natural Way



4. Processing the Natural Way



5. New routes for fruit and veggies



5. New routes for fruit and veggies



6. Creating a "Real" Link



6. Creating a "Real" Link

DISCOVER
THE STORY BEHIND
EVERY CAN

ENTER YOUR CAN INFO TO DISCOVER
WHERE YOUR WILD TUNA* CAME FROM

Country: ?
-- Please Choose --

Barcode: ? Can Code: ?

SUBMIT

If you don't have can info, don't worry. Enter our site here.



7. Small Players, Big ideas



7. Small Players, Big ideas



[PRODUCTS](#)[SUPERHEROES](#)[RECIPES](#)[NEWS](#)[SHOP](#)[ABOUT ▾](#)[STORES](#)[CONTACT](#)

EN



ALL

+ SUPERFOODS

+ PROTEIN

 Chia & Coconut	 Maca & Cranberry	 Goji Berry	 Baobab & Ginger
4 THE BENEFITS OF SUPERFOODS	 Cacao Nibs	 Mulberry & Vanilla	 Liquorice & Chili

Roo'bar reaches 46 countries on 4 continents and it's the market leader in the organic raw food bar category in Europe, with close to 1 million bars sold monthly. In our own state-of-the-art



8. Beyond the Athlete



8. Beyond the Athlete



8. Beyond the Athlete



9. The indulgence alibi



9. The indulgence alibi

ALL		+ SUPERFOODS		+ PROTEIN	
 Chia & Coconut		 Maca & Cranberry		 Goji Berry	
 Baobab & Ginger		 Cacao Nibs		 Mulberry & Vanilla	
 Liquorice & Chili		 Cacao Nibs		 Mulberry & Vanilla	

4 THE
BENEFITS
OF
SUPERFOODS

10. Tastes for New Experiences



10. Tastes for New Experiences



Top 10 trends 2015 / 2016

1. Clean and clear label
2. Convenience for foodies
3. The 'Flexitarian' effect
4. Processing the Natural Way
5. New routes for fruits and veggies
6. Creating a 'real' link
7. Small players, big ideas
8. Beyond the Athlete
9. The indulgence 'Alibi'
10. Tastes for New Experiences

Adapted from Innova Market Insights

Attractive trends for El Salvador

- Discussion!

Sistema de I+D en Holanda

100 años atras



Intensificar



Intensificar - sustentable

Lecheria en porcentaje de 1960

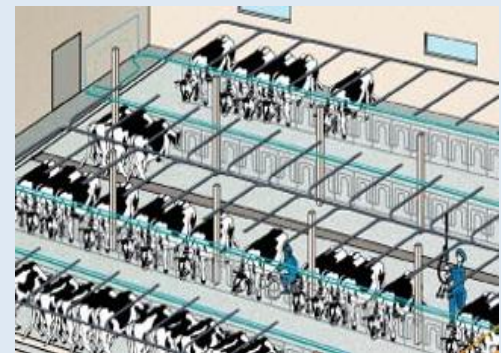


Necesario por kg de leche:

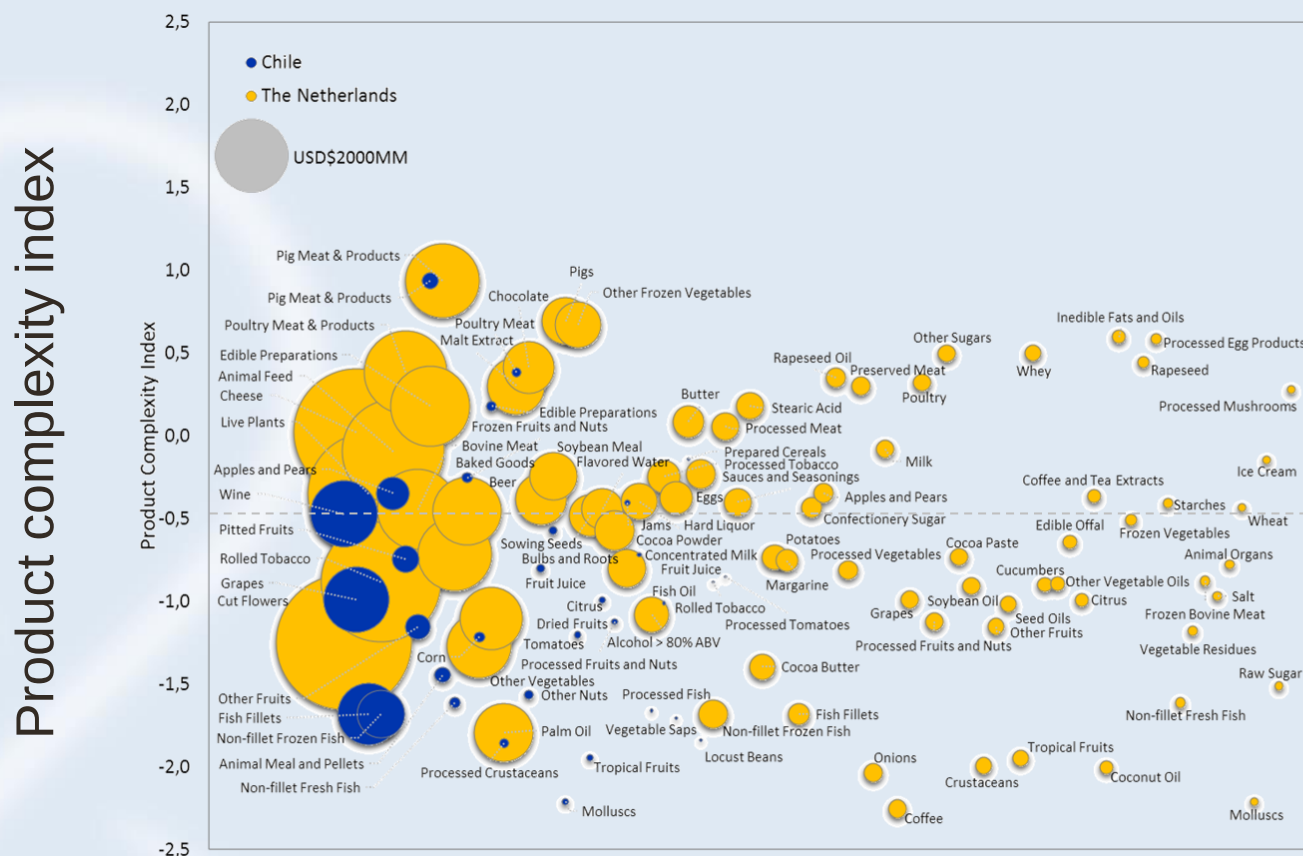
- 10% tierra
- 21% animales
- 23% nutrición
- 35% agua

Emissiones por kg de leche:

- 24% purines
- 37% CO₂
- 43% metano



Intensificar - sustentable - competitividad



Courtesy of Wageningen UR Chile

Elaboración propia a partir de datos COMTRADE de United Nations Statistical Division.
Registro de Propiedad Intelectual N°254.332. Prohibida la reproducción total o parcial de esta obra.

TI FOOD
NUTRITION

I+D: make products with less ingredients



“Functionality from food stuff”

I & D + i 'Nivel y vincular' 1/2

TRL 1 - basic principles observed

TRL 2 - technology concept formulated

TRL 3 - experimental proof of concept

TRL 4 - technology validated in lab

TRL 5 - technology validated in relevant environment

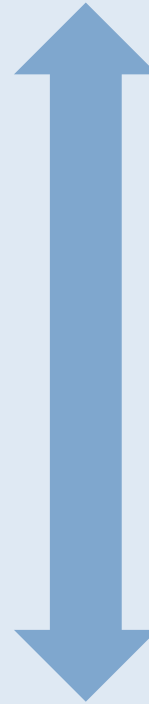
TRL 6 - technology demonstrated in relevant environment

TRL 7 - system prototype demonstration in operational environment

TRL 8 - system complete and qualified

TRL 9 - actual system proven in operational environment

UNIVERSIDADES

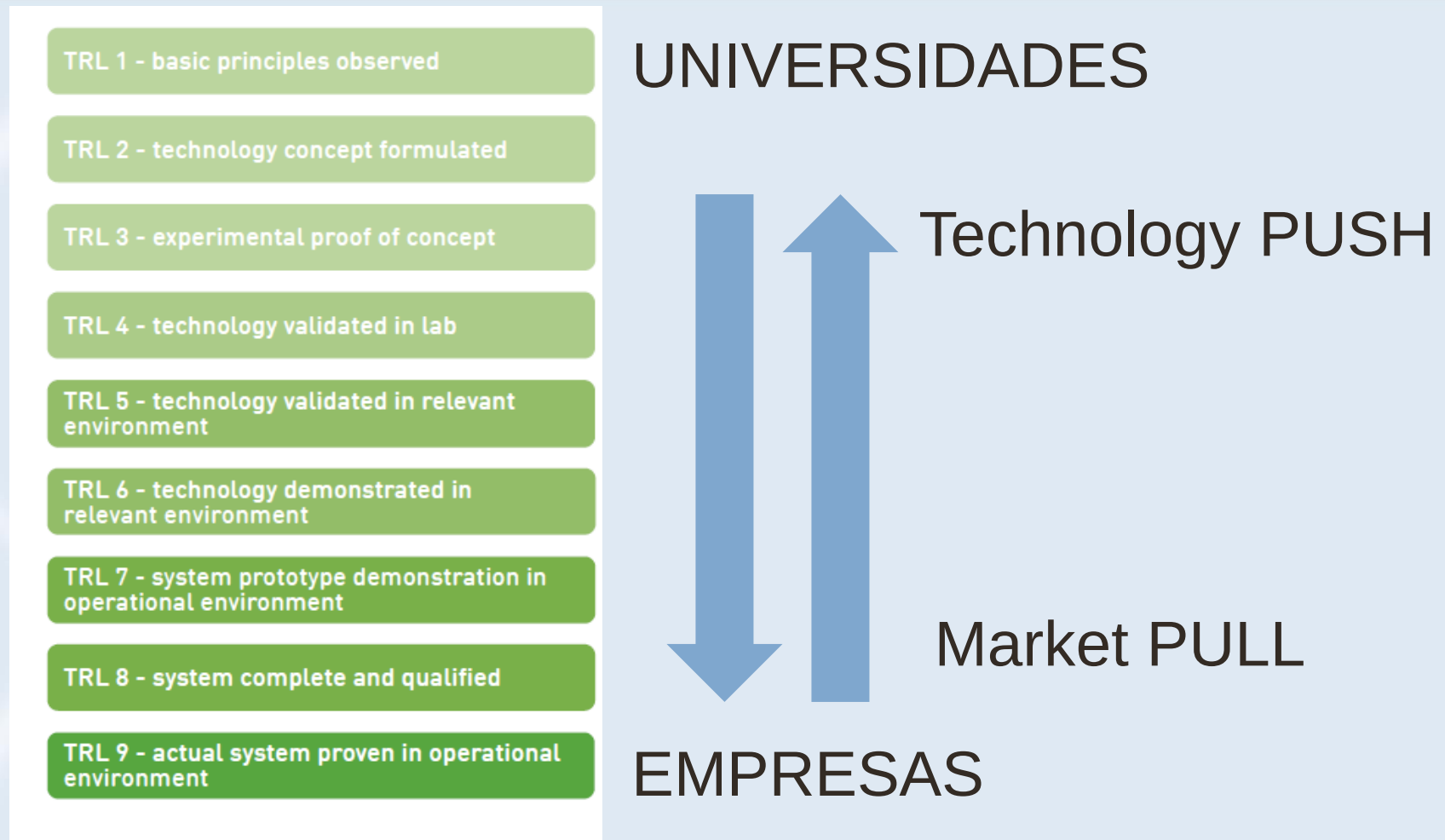


INSTITUTOS APLICADOS

(Nacional/Extranjeros)

EMPRESAS

I & D + i Temas – Vincular es clave 2/2



Instrumentos publicos para innovación

**Investigación
científica/estratégica
0-50% fondos privados**

**Investigación aplicada
50% - 100% fondos privados**

**Programas
Pymes**

**Programas
Regionales**

TRL 9 - actual system proven in operational environment

TI Food & Nutrition:
10 millones € /ano; 50% privada

**Breed4Food
Carbohydrate Competence Centre:**

**Seed money international
Programa de CBI**

Market pull:

Portafolio de productos frutas tropicales



Natural flavours

Juices, pulps, purees

Pieces: fresh, frozen, dried, fermented

Fresh export

Dried fruits for breakfast

Healthy snacking

Biomass



Technology mapping & levels

	Separation tech.	Carbo-hydrates	Preservation tech.	Product formulat.	Post – harvest & logistics	Varieties
Flavours	✓ 8					
Pulps/ purees	✓ 8	✓ 5-8				
Dried / Frozen			✓ 5-8			
Fresh					✓ 4-9	✓ 2-9
Healthy snacks		✓ 5-8		✓ 8		
Biomass	✓ 8					

TIFN Public/private partnership



Map for TIFN

	Nutrition & health	Sensory & structure	Microbes & function	Supply chain dynamics & sustainability
Personalized nutrition	✓ 1-5			
Functionality from food stuff		✓ 1-5		
Fungal spoilage			✓ 1-6	
Less waste				✓ 4-7



TI FOOD
NUTRITION

Tipos de estándares/ certificaciones & Experiencia de un emprendedor Holandes

Marzo 31, 2016

Estandares y certificaciones 1/2

- Estandares LEGALES

- o EFSA (leyes)

Organisaciones Nacionales (ejecución)

- o Temas:

- Inocuidad - Traceability, hygiene & control
 - Contaminantes
 - Product composition
 - Labelling
 - Packaging

- Estandares NON LEGALES – Comerciales

- o Global G.A.P., BRC, IFS, SQF, FSSC22000

- o Si hay SQF nivel 2: cumplimiento con los estandares Legales

GLOBAL G.A.P.
The Global Partnership for Good Agricultural Practices



Estandares y certificaciones 2/2

- Certificaciones
 - o Fairtrade
 - o Organic
 - o Rainforest Alliance
 - o y mucho más



COMPLICADO!!

Ejemplo: Verstegen spices & sauces 1/2

Product:

Herbs, spices & sauces for cooking

Importing is key to their business

Food quality systems:

HACCP, BRC, ISO9001, ISO14001

Suppliers to Verstegen (on food quality):

Approved suppliers, product specifications, extensive quality control

Continuous 2 people visiting, training & auditing suppliers

NO demand for external certification

Ejemplo: Verstegen spices & sauces 2/2

CSR / Sustainability systems:

NONE

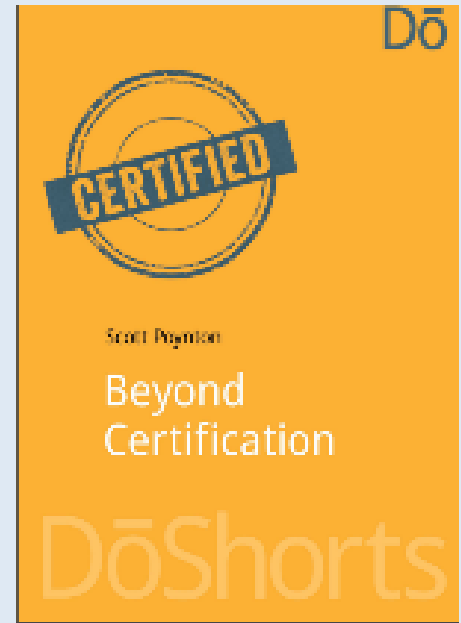
0,50 € per kilo extra – *‘nobody is willing to pay’*

Developed their own plan: *Verstegen - Fair Together Plan*

- o Taking responsibilities for tomorrow's world!
- o Sharing commitment with our raw material partners for the secure and sustainable production of plant-based raw materials

Criticism on certifications

- Focus on the rules – not intrinsic improvement
- Certification schemes have become (big) business
- \$\$\$ spent on outsiders, instead of investment
- Consensus within the group – silence & delay
- No guarantee either



Take-home messages

- Buen producto & produccion sostenible
- Buenas sistemas Quality Control / Quality Assurance
- Buscar ayuda!
 - o Programas (inter)nacionales (CBI – Holanda)
 - o Crear cooperativas
- Certificaciones: definir como quieres distinguirse
- Muchos productos nichos requieren certificaciones



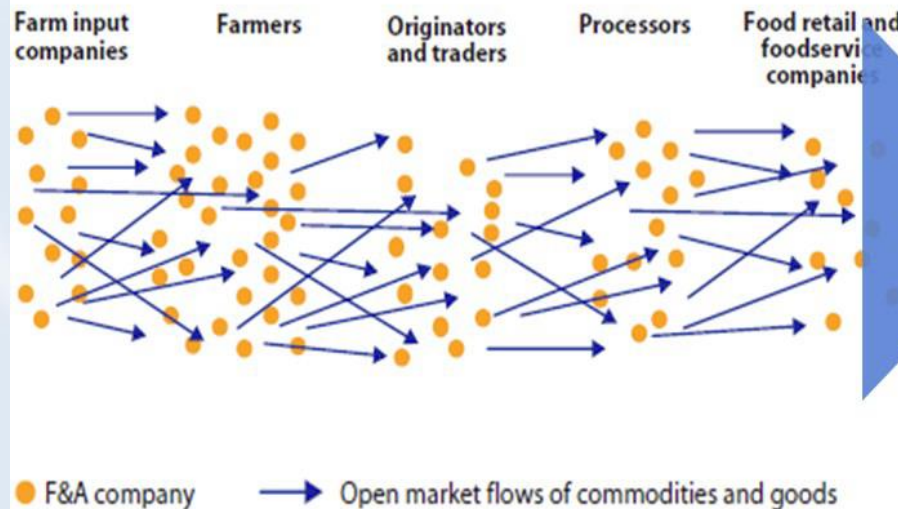
TI FOOD
NUTRITION

Cadenas dedicadas & casos de éxito

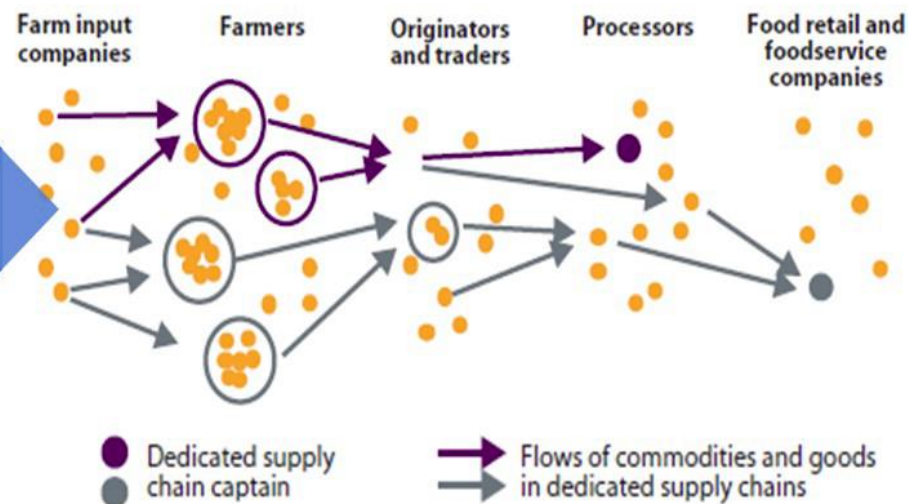
Marzo 31, 2016

Aceso del mercado: organizar una cadena dedicada

Open market sourcing approach



Dedicated supply chain model





Nature's Pride

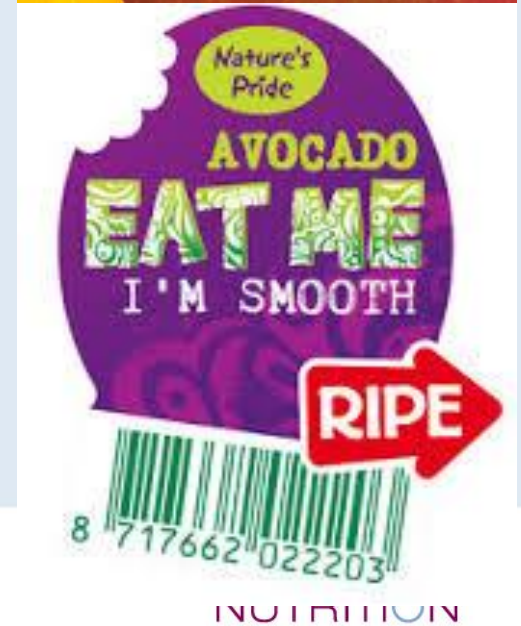
‘Listo para comer’ – frutas exóticas

Excelencia en:

- o Red de proveedores
- o Productos & logísticas cada mes del año
- o Conocimiento de embalaje & maduración
- o Marketing

Negocios sustentable

- o Fair for Life-Fair Trade (certificación)
- o Relaciones de largo plazo
- o Proyectos de mejoramiento
- o *Mejor precio (pequeño) para financiar proyectos sociales*



MENU



- EST. 1908 -

- WELCOME TO -

DAARNHOUWER

Since 1908 Daarnhouwer is an established brand name in originating and supplying specialty Cocoa, Tree nuts and Coffee.

Daarnhouwer & Co

Dedicated supply chain

- Primer empresa de importación 'Fairtrade' de cacao en Holanda
- Especializado en aromas especial: 35 variedades desde 28 países
- Venden a “Bean to Bar” chocolatiers
- Relaciones de largo plazo con proveedores
- Pagar por calidad, crecer juntos, sostenible



Restrepo (Colombia) – Go-Tan (Holland)



Dutch – Colombian joint venture

- Relación de proveedores
- Crear Joint venture para producir chili paste
Soporte gobierno Holandes – inversion (PSOM)
- Constante demanda & precios garantizada para agricultores
- Excellent traceability y autenticidad para consumidores



hugo restrepo y cía. s.a.
capsicum andino s.a.c.



Moyee coffee



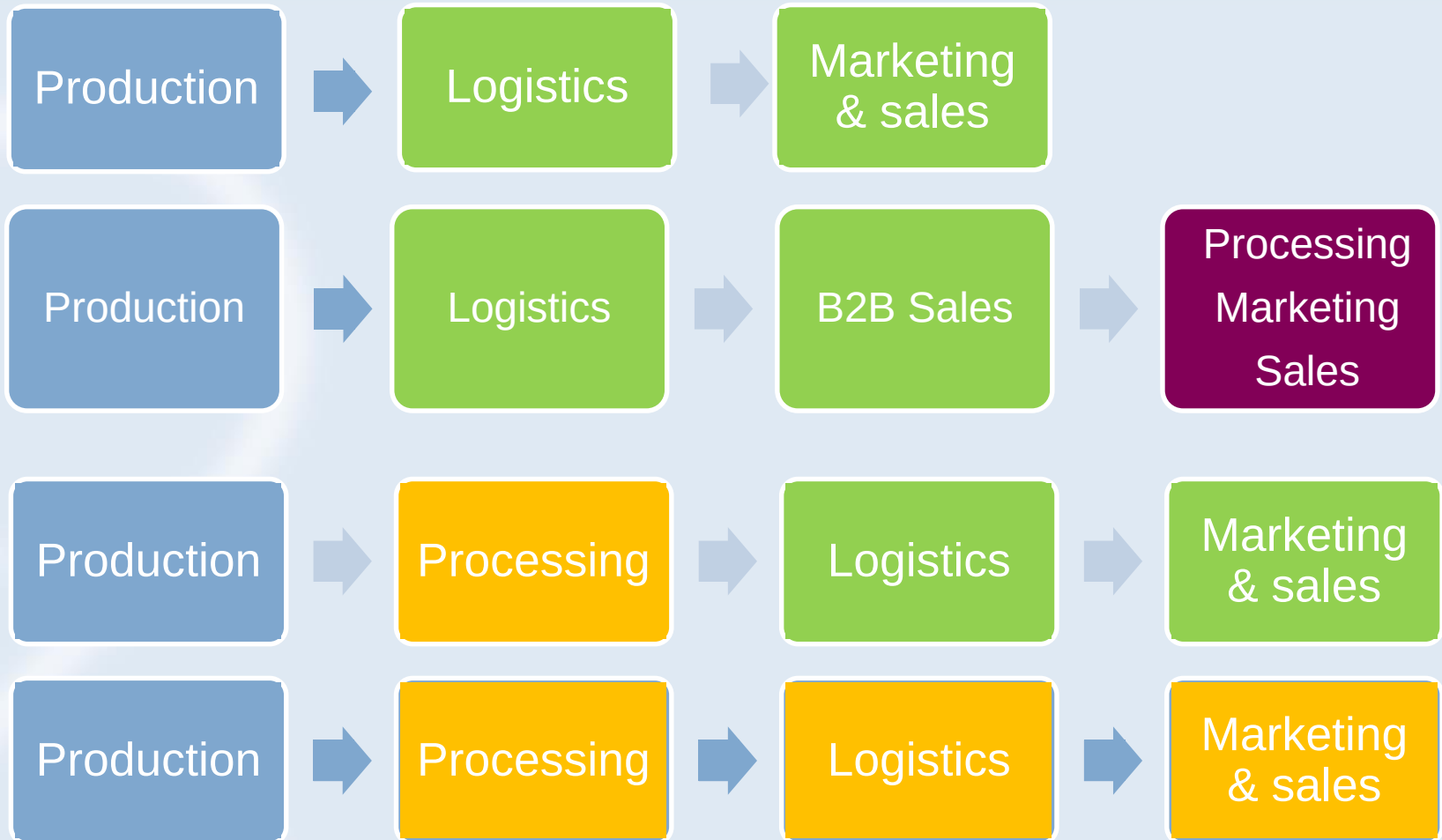
Moyee Coffee:

Exportar product mas complejo: FairChain

- Desde processing local hasta ventas:
UNA empresa con division justo de margenes
- Marketing
 - o Online ventas: muy simple y divertido
 - o Utilizando margenes en coffee cups Nespresso
- Camino por Fairchain:
 - o Generar hard currency (moneda official)
 - o Pagar premium al agricultores
 - o Producción y procesamiento local

Resumen

Ejemplos cadenas dedicadas



Resumen

Ejemplos cadenas dedicadas



Aventajas cadena suministro dedicada

- Bajar riesgos
- Mejoramiento de productos, procesos, certificaciones & otras formas de información
- Acceso a nuevos mercados
- Marketing en estos mercados de destino

Take home messages

Producción

- Crear volume de exportación
- Buena calidad: fortalecer producción
- Prepararse para cumplir a leyes & certificaciones
- Invertir en certificaciones si necesitas

Logisticas, Innovacion & Marketing

- Crear una cadena dedicada
- Socios con poder/innovación en Mercado de destinación
- Compartir margines con los socios
- Aprender a traves de los socios

Agracedimientos



Han Go
Go-Tan



María S. Jiménez
Daarnhouwer



Shawn Haris
Nature's Pride



Anne v.d. Veen
Moyee Coffee



Femke de Jong
CBI



Marianne van Keep
Verstegen



Marc Arts
Green Food 50



Sebastian Monckeberg
Vilkun (Chile)

Sitios

- Innova Market Insights:
<http://www.innovadatabase.com/>
- CBI: Centro para la Promoción de Importaciones desde países en desarrollo
<https://www.cbi.eu/>
- TI Food & Nutrition
www.tifn.nl
- Moyee
<https://www.youtube.com/watch?v=RBBSKWZQgIY>