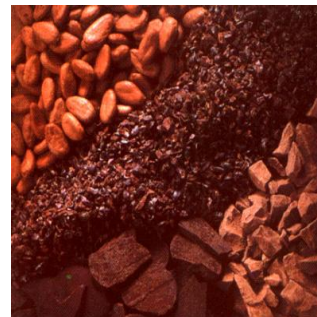


## ALERTAS SECTORIALES DEL CBI INGREDIENTES ALIMENTICIOS

Fuente: CBI ([www.cbi.eu](http://www.cbi.eu))

Traducción libre del original



Fuente de fotografía: [www.bebesymas.com](http://www.bebesymas.com)  
[www.cjpetrow.co.uk](http://www.cjpetrow.co.uk)  
[www.ambassade-equateur.fr](http://www.ambassade-equateur.fr)

### Alertas sectoriales

Este documento abarca tres clases de alertas:

- La necesidad de responder a la demanda de productos saludables
- La innovación es una necesidad
- La sostenibilidad permanece sobre la mesa: Acciones necesarias

Estas alertas tienen por objetivo optimizar la asistencia otorgada por las Organizaciones de apoyo a las empresas (Business Support Organisations - BSOs) a los exportadores en los países en desarrollo. Un número de especialistas del sector han sido entrevistados, así como un experto del CBI en la industria. Además, un grupo de especialistas de reconocido prestigio (consultor de innovación e investigador externo de mercado para el CBI) han contribuido con información de gran valor. Estas alertas sectoriales le permitirán identificar nuevas oportunidades en el sector de ingredientes alimenticios y mejorar su orientación al mercado. Este estudio ofrece una visión estratégica de desarrollos.

### ALERTA 1: LA NECESIDAD DE RESPONDER A LA DEMANDA DE PRODUCTOS SALUDABLES

#### Descripción

“La salud” ya no es solo una tendencia, es uno de los principales impulsores en la industria alimenticia de la UE. Su impacto puede ser visto en cada parte de la industria. Las manufactureras continuamente están tratando de perfilarse a ellos mismos como “saludables” al cambiar los envases de sus productos. Ellos también están introduciendo los alimentos “funcionales” o también llamados “nutraceuticals”. Las claves son el bajo nivel de grasa, bajo nivel de azúcar, bajo en calorías, ricos en fibras, vitaminas y antioxidantes.

Al mismo tiempo, la Comisión Europea está siendo cada vez más y más crítica con las empresas manufactureras que alegan que el producto es saludable. Como resultado, estas empresas necesitan demostrar cada vez más, con sólidas pruebas las propiedades saludables de dichos productos.

## Implicaciones

Como un fabricante o proveedor en la industria alimenticia, es imposible ignorar la tendencia hacia lo saludable. Los compradores de la UE esperan que sus proveedores piensen y actúen proactivamente con ellos. De lo contrario, en la competitiva industria alimenticia los compradores de la UE fácilmente cambiarían hacia proveedores que son capaces de actuar como aliados creativos y confiables. Esto se aplica para todos los países de la UE, aunque probablemente el impacto en algunos países de Europa Occidental puede ser un tanto más alto que en los países de Europa Central. Sin embargo, las grandes cadenas de minoristas tales como Carrefour, Aldi, Tesco, Aldi y Sainsbury ya están presentes en casi todos los países de la UE. Esto sin duda responderá a las tendencias de “salud” en todas partes de la UE.



Fuente de fotografía: [www.ethicalsuperstore.com](http://www.ethicalsuperstore.com)

Al mismo tiempo es bueno darse cuenta que solo unos cuantos productos o ingredientes saludables introducidos recientemente tendrán gran éxito en la práctica. Esto significa que tus exportadores deberían, en la mayoría de los casos, estar listos para contribuir a los gastos de introducción de un nuevo producto o ingrediente en la UE con el aliado comercial en la UE. Esto también incluye la investigación para demostrar las propiedades saludables del producto.

## Buenas prácticas

### 1. Almíbar de arroz desde Pakistán

El almíbar de arroz es un edulcorante alternativo que contribuye a una “etiqueta limpia” en el producto final. Además, es un producto libre de glucosa, lo cual es importante para algunas comidas dietéticas. Una etiqueta limpia significa que no hay ingredientes que dañen la salud y que necesiten ser reportados sobre el producto. Decir que contiene almíbar de arroz suena mejor que decir que contiene azúcar. El almíbar de arroz es producido en Europa, pero Pakistán lo provee a bajo costo.

## 2. Antioxidantes

Los antioxidantes no son un tema que den mucho que hablar en la UE por el momento. Los exportadores de Sud África, India y Latinoamérica están exportando cada vez más frutos de granada a la UE, donde es procesada.

### Recomendación

Hay muchas maneras de apoyar a tus exportadores en esta área:

- Aconseja a tus exportadores realizar investigaciones para encontrar cual de sus productos encaja dentro de la tendencia hacia lo saludable. Permíteles hacer un análisis FODA para definir su posición actual en el mercado. Ellos también pueden utilizar los estudios de sectores del CBI (ver también más abajo (Sitios Web de utilidad).
- Sugiera a los exportadores que usen ingredientes alternativos en lugar de aquellos ingredientes percibidos como “malos” o “no saludables”. Por ejemplo, el azúcar es actualmente reemplazado por carbohidratos hidrogenados.



Fuente de fotografía: [www.welovedeli.co.uk](http://www.welovedeli.co.uk)

- Alerta a los exportadores de mantenerse actualizados sobre los nuevos productos, innovaciones, aplicaciones e ingredientes. Ellos deberían leer artículos de prensa sobre comercio y visitar regularmente portales de internet. Revisar “Sitios Web de utilidad” mencionados más abajo.
- Permita a los exportadores hacer investigaciones para encontrar nuevas aplicaciones. Obviamente, este es un escenario ideal y es algo que un exportador no puede hacer solo. Las universidades y técnicos en alimentos también puedan estar envueltos en esta actividad. Por ejemplo, se necesita mucha investigación específica para encontrar nuevas aplicaciones y proporcionar pruebas sobre las características saludables de una aplicación. Usted podría facilitar este proceso al juntarlos a todos ellos sobre una base regular.
- En otras palabras: los exportadores deben adaptar sus estrategias de marketing. Como resultado, los exportadores también deberían adaptar su comunicación con los clientes.

Es más, como una BSO, podrías ayudar a los exportadores organizando un seminario sobre la tendencia hacia lo saludable. Invita a compradores de la UE y/o expertos de la industria. El seminario puede durar varios días consecutivos. Como sugerencia: presta atención a las recomendaciones que han sido mencionadas. La nueva ley de etiquetado de alimentos de la UE también puede ser introducida. Finalmente, también podrías sugerir que tus exportadores asistan a seminarios específicos sobre ingredientes para alimentos en la UE. Un buen ejemplo es el seminario “Fuentes de ingredientes”, que se llevó a cabo en Amsterdam el pasado 24 al 26 de noviembre de 2008.

### **Sitios Web de utilidad**

- La base de datos de información de mercados del CBI - <http://www.cbi.eu/marketinfo>. Estudios de mercado y productos de la UE, estudios de E-business y guías de exportación sobre: hierbas y especias, frutas y vegetales preservadas, café, té y cacao, arroz y legumbres, colores naturales, sabores y espesantes, aceites y grasas vegetales, miel y azúcar. Además, encontrarás documentos sobre la nueva ley de alimentos de la UE. Por ejemplo, la descarga del documento sobre la legislación de la UE: “Food labelling, including nutrition and allergens labelling”.
- Nueva ley de alimentos de la UE - [http://ec.europa.eu/food/food/biotechnology/novelfood/index\\_en.thm](http://ec.europa.eu/food/food/biotechnology/novelfood/index_en.thm)  
Explicaciones, aplicaciones, links de utilidad.
- Ingredientes alimenticios online - <http://www.foodingredientsonline.com>  
Noticias de la industria, nuevos productos, innovaciones.
- Navegador alimenticio - <http://www.foodnavigator.com>. Noticias de la industria, productos nuevos, innovaciones.
- Ingredientes alimenticios internacionales - <http://www.ifi-online.com>. Revista internacional para la industria de ingredientes alimenticios. La sección de noticias contiene muchas introducciones de productos nuevos e innovaciones.

### **Nuevo etiquetado de alimentos de la UE**

En adición a la tendencia hacia lo saludable, la UE está en el proceso de aceptar oficialmente una nueva ley relacionada al etiquetado de los alimentos. La ley requiere que los fabricantes de la UE hagan las etiquetas más claras y más relevantes para las necesidades de los consumidores de la UE.

### **Niveles de Residuo Máximo**

Desde el 1 de septiembre de 2008 hacia adelante, la nueva legislación armonizada ha entrado en vigor sobre el uso de Niveles de Residuo Máximo (Maximum Residue Levels - MRLs) en la UE. Puede encontrar más información

en <http://www.cbi.eu>. Descarga el documento “EU legislation: Maximum Residue Levels (MRLs) in alimento” y ten un vistazo de los links externos!

## ALERTA 2: LA INNOVACIÓN ES UNA NECESIDAD!

### Descripción

Incluso si el mercado de ingredientes, el cual solía tener un carácter tradicional, está sujeto a muchos cambios. La innovación es y será el tema número uno en la industria de la UE. Algunos ejemplos de innovación de la práctica incluye: ingredientes de Latinoamérica tales como las bayas de açai que son usadas como “super frutas” por el fabricante Riedel Drinks en los Países Bajos. En Vietnam, el aloe vera -tradicionalmente usado en cosméticos- es utilizado en té.

Las compañías europeas ya están en una rutina de medidas en curso para un mejor funcionamiento. Se espera que los compradores europeos les pidan a sus proveedores unirse en este proceso continuo.

### Implicaciones

Los ciclos de vida de productos e ingredientes alimenticios son continuamente acortados y la competencia es muy fuerte. Por lo tanto, los clientes de la UE están continuamente buscando nuevas aplicaciones de ingredientes alimenticios que los distingan del resto. Al mismo tiempo ellos no solo buscan nuevas ideas para sus productos. Ellos están buscando servicios extras y socios confiables, que es lo que llega a ser esencial en el largo plazo.



Fuente de fotografía: [www.interempresas.net](http://www.interempresas.net)

Cuando nuevas aplicaciones para ingredientes alimenticios son encontradas, mejores márgenes vienen con ellas. Los exportadores de países en desarrollo deberían por lo tanto, animar su motivación por la innovación. Eso debería convertirse en parte de su naturaleza, solo de esa manera ellos se mantendrán como socios interesantes para los compradores de la UE.

Los exportadores de países en desarrollo deberían por lo tanto, preguntarse sobre el funcionamiento de sus negocios en cada aspecto y podrían hacerse las siguientes preguntas:

- ¿Qué los hace destacarse?

- ¿Qué puede ser comunicado?
- ¿Qué necesita ser mejorado?

## Recomendaciones

La innovación y la capacidad de respuesta a nuevos desarrollos es un factor crítico en la industria. Al mismo tiempo, este es un problema frecuente para algunas pequeñas y medianas empresas en los países en desarrollo, y ellos por lo tanto, pueden necesitar ayuda en esta área. Tú, como una BSO, podrías hacer muchas cosas para apoyar a tus exportadores.

## Sitio Web

Primero, es altamente recomendado que dediques un Sitio Web (o una parte de tu Sitio Web) a la innovación. Es decir como una herramienta para estimular a los exportadores a innovar y a hacerlos conscientes de tus servicios. Algunos posibles items del Sitio Web podrían ser:

- Historias de éxito, buenas prácticas de compañías nacionales (internacionales) que han estado innovando exitosamente.
- Un auto cuestionario interactivo (“test de innovación”) con aproximadamente 10-15 preguntas. Los exportadores pueden usarlo para analizar la situación de sus compañías con respecto a la innovación. También pueden



Fuente de fotografía: [www.casafiesta.eu](http://www.casafiesta.eu)

- probablemente compararse a ellos mismos con otros emprendedores.
- Un servicio de pregunta y respuesta.
- Links a fuentes que provean mayor información.
- Posibles subsidios o grants
- Una visión general de actividades y servicios.

Puedes revisar algunos ejemplos de Sitio Web que estimulan la innovación, como <http://www.innovationportal.co.uk> o <http://www.thinksmart.com> (que con seguridad permiten a los exportadores revisar “que tan innovadora es tu compañía”). Favor

notar que tener un Sitio Web sobre la innovación requiere del compromiso total de la gerencia de tu BSO; eso debería ser parte del objetivo de la organización. Incluso podrías delegar a un empleado para esta tarea.

## Seminarios, cooperación para el sector

Puedes además, ayudar a tus exportadores en la innovación al organizar seminarios. Invita fabricantes de la UE, importadores o expertos y presta atención a todos los posibles items de innovación de productos (aplicaciones, sabores, etc.). También puedes estimular a todo el sector a cooperar, al formar un cluster. Junta exportadores, expertos, universidades y otros participantes y evoluciona al desarrollo y a nuevas ideas. Juega un papel de facilitador, usa tu red de trabajo y junta a diferentes compañías del sector de ingredientes alimenticios y otros sectores relacionados, por ejemplo. Incluye una sesión de lluvia de ideas y determina el punto único de venta para el sector y discute como explotarlo.

## Consejos individuales

Haz consientes a tus exportadores de las fuentes en la Web que pueden ser usadas para mantenerlos actualizados sobre nuevos productos e items innovadores. Usa las fuentes mencionadas abajo. También puedes ayudar a los exportadores estimulándolos a aprender las mejores prácticas del sector de ingredientes alimenticios, pero también de sectores que están estrechamente relacionados. Ayúdalos a traducir estas ideas en soluciones prácticas para sus propios negocios. Nuevas ideas llevan a nuevas ideas!

## Fuentes de utilidad

Base de datos de información de mercados del CBI - <http://www.cbi.eu/marketinfo>. Estudios de mercado y productos de la UE, estudios de E-business y guías de exportación sobre: hiervas y especias, frutas y vegetales preservadas, café, té y cacao, arroz y legumbres, colores naturales, sabores y espesantes, aceites y grasas vegetales, miel y azúcar.



- Creax - <http://www.crax.net>. Sitios Web escogidos a dedo sobre creatividad e innovación.
- Ingredientes alimenticios online - <http://www.foodingredientsonline.com>. Noticias de la industria, nuevos productos, innovaciones.
- Ingredientes alimenticios internacionales - <http://www.ifi-online.com>. Revista internacional para la industria de ingredientes alimenticios. La sección de noticias contiene muchas

introducciones de productos e innovaciones.

- Herramientas de innovación - <http://www.innovationtools.com>. Una amplia gama de herramientas que una empresa puede utilizar para mejorar sus habilidades de innovación.

Además, asistir a ferias de comercio y/o seminarios le ofrece a usted y/o a los exportadores abundante información sobre tendencias y desarrollo.

### **ALERTA 3: LA SOSTENIBILIDAD PERMANECE SOBRE LA MESA: ACCIONES NECESARIAS**

#### **Descripción**

Las compañías de la UE cada vez más están demandando una cadena de suministros sostenible. Esto debido al rápido crecimiento de la conciencia sobre el riesgo envuelto en el comercio internacional de bienes, especialmente en términos de reputación. La sostenibilidad ya ha sido una tendencia por algún tiempo, pero continúa ganando un punto de apoyo en la industria alimenticia de la EU. Las mayores fuerzas que impulsan este movimiento son los grandes vendedores minoristas, quienes están buscando cada vez más un suministro sostenible. A su vez, los minoristas están impulsados por los consumidores y también por las organizaciones sociales y medioambientales. Muchas iniciativas han sido establecidas y están siendo establecidas e introducidas en el mercado. Ejemplos bien conocidos incluyen:

- Comercio justo (etiqueta social)
- UTZ certificada, conocida antes como UTZ Kapeh (certificación por la producción responsable de café, té y cacao)
- GRI: Global Reporting Initiative
- El Código Común para la Comunidad del Café (4C, sostenibilidad en el sector del café)
- ISO 14001 (Sistema de Administración Medioambiental)
- ISO 22000 (Sistema de Administración de Salubridad Alimenticia)
- SA 8000 (Sistema de Administración Internacional de Responsabilidad Social)

Más detalles pueden ser encontrados en la base de datos de información de mercado del CBI.

#### **Implicaciones**

Como consecuencia, la oportunidad y el comercio aleatorio está dando paso rápidamente a comercios planificados, donde los exportadores de países en desarrollo necesitan entrar con acuerdos a largo plazo con compradores de la UE para permanecer competitivos.



## Recomendaciones

### Seminarios

Usted podría ofrecer programas de entrenamiento a los exportadores que quisieran adoptar una estrategia sostenible. Considere contratar profesionales o consultores de la industria alimenticia en Europa para realizar el entrenamiento. Use su propia red para encontrar buenos entrenadores o contacte al CBI o a otra organización internacional para encontrarlos. Para tener el máximo efecto, usted incluso podría considerar dejar a los participantes potenciales hacer una evaluación de necesidades para adaptar el entrenamiento en función a la situación de la compañía del participante.

### Revisa los subsidios

Revisa si hay grants o fondos disponibles en tu país relacionados a la sostenibilidad. Si este es el caso, infórmelo a sus exportadores.

### Lista de control de las certificaciones

En la práctica, puede ser difícil para sus exportadores decidir que sistema de certificación es el apropiado para ellos. Aconséjeles a sus exportadores optar por uno que el cliente esté solicitando. Como comienzo, déjelos hacer una lista para determinar que estándares o etiquetas o iniciativas se adapta mejor a ellos. El Sitio Web <http://www.fairmatchsupport.nl/gettowork.htm> tiene una lista práctica con 15 preguntas. Cada etiqueta también ha sido descrita en detalle, con todos los pros y los contras.

### Visita el Sitio Web

Finalmente, se recomienda visitar el Sitio Web de Comercio y Empresa de Nueva Zelanda. Este Sitio ofrece información práctica para tus exportadores, tales como listas y guías para hacer las compañías más sostenibles.

### Fuentes de utilidad

- Base de datos de información de mercado del CBI - <http://www.cbi.eu/marketinfo>. Estudios de mercado y productos, estudios de E-business y guías de exportación. Busca un sub sector relevante para la UE y usa el filtro “non-legislation” para encontrar documentos sobre las etiquetas mencionadas, certificaciones y sistemas de administración.
- Fair Match Support - <http://www.fairmatchsupport.nl>. Ve a “certifications” para encontrar más explicaciones sobre códigos, estándares y sistemas de certificación. También encontrarás buenas historias de éxito de proveedores de Latinoamérica y África.
- Comercio y Empresas de Nueva Zelanda - <http://www.nzte.govt.nz/section/14737.aspx>. “Towards sustainability”: Información práctica y herramientas para exportadores sobre sostenibilidad.

Ejemplos: guías para sostenibilidad medioambiental, una herramienta para el funcionamiento económico, medioambiental y social, casos de estudios (también el de un exportador orgánico exitoso) y artículos.

*Fecha de publicación: septiembre de 2008*



Fuente: CBI ([www.cbi.eu](http://www.cbi.eu))



Traducción libre: Ing. Gilmar Carvajal O., Pasante Nacional IBCE