



**Cámara de
Comercio de
Cali**

Avances Iniciativa Cluster Proteína Blanca 2019

Junio 26 de 2019



Proteína Blanca

INICIATIVA CLUSTER / Cali – Valle del Cauca

Agenda

- ¿De dónde venimos?
- Avances de la Iniciativa *Cluster* de Proteína Blanca
- Propuesta de nuevos proyectos



¿De dónde venimos?
Iniciativa *Cluster* de Proteína Blanca

8 Iniciativas Cluster

1 Región más próspera y competitiva



7 dinámicas empresariales jalonadoras de la transformación productiva del Valle del Cauca



416 empresas
Ventas 2018 \$ 11,7 billones (+8,9)



756 empresas
Ventas 2018 \$9,4 billones (+11,7)



1.805 empresas
Ventas 2018 \$ 12 billones (+11,7)



161 empresas
Ventas 2018 \$ 8,7 billones (+7,5)



Plataforma Cluster



78 empresas
Ventas 2018 \$ 7,1 billones (+8,3)



179 empresas
Ventas 2018 \$ 4,9 billones (+5,8)



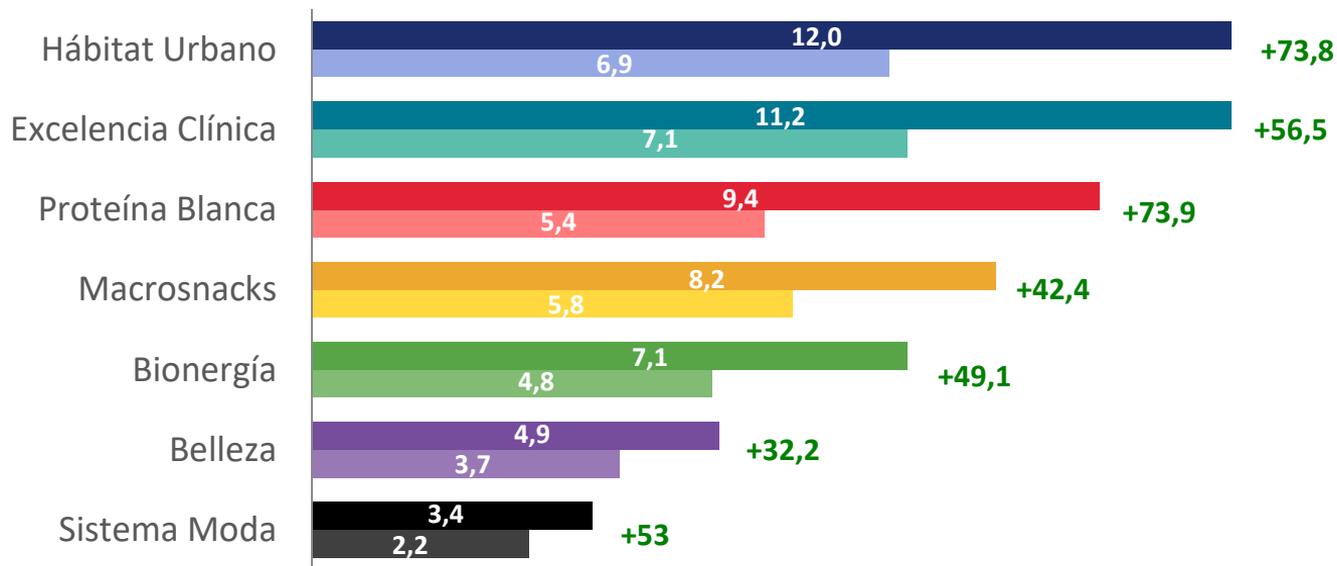
1.775 empresas
Ventas 2018 \$ 3,4 billones (+9,0)

*Datos preliminares- crecimiento promedio(%) 2013 – 2018

Fuente: Supersociedades, Confecámaras — Cálculos Cámara de Comercio de Cali

Los Clusters más dinámicos en los últimos 6 años fueron **Proteína Blanca** y **Hábitat Urbano**, ambos con un crecimiento del **74%** aproximadamente frente a 2013

Ventas* Cluster (COP billones) y tasa de crecimiento (%)
2013 - 2018



*Datos preliminares

Fuente: Supersociedades, Confecámaras – Cálculos Cámara de Comercio de Cali



El *Cluster* de Proteína Blanca está conformado por las empresas relacionadas con la producción de huevo, carne de pollo, cerdo y sus derivados, junto con la industria auxiliar y distribuidores

Red Empresarial

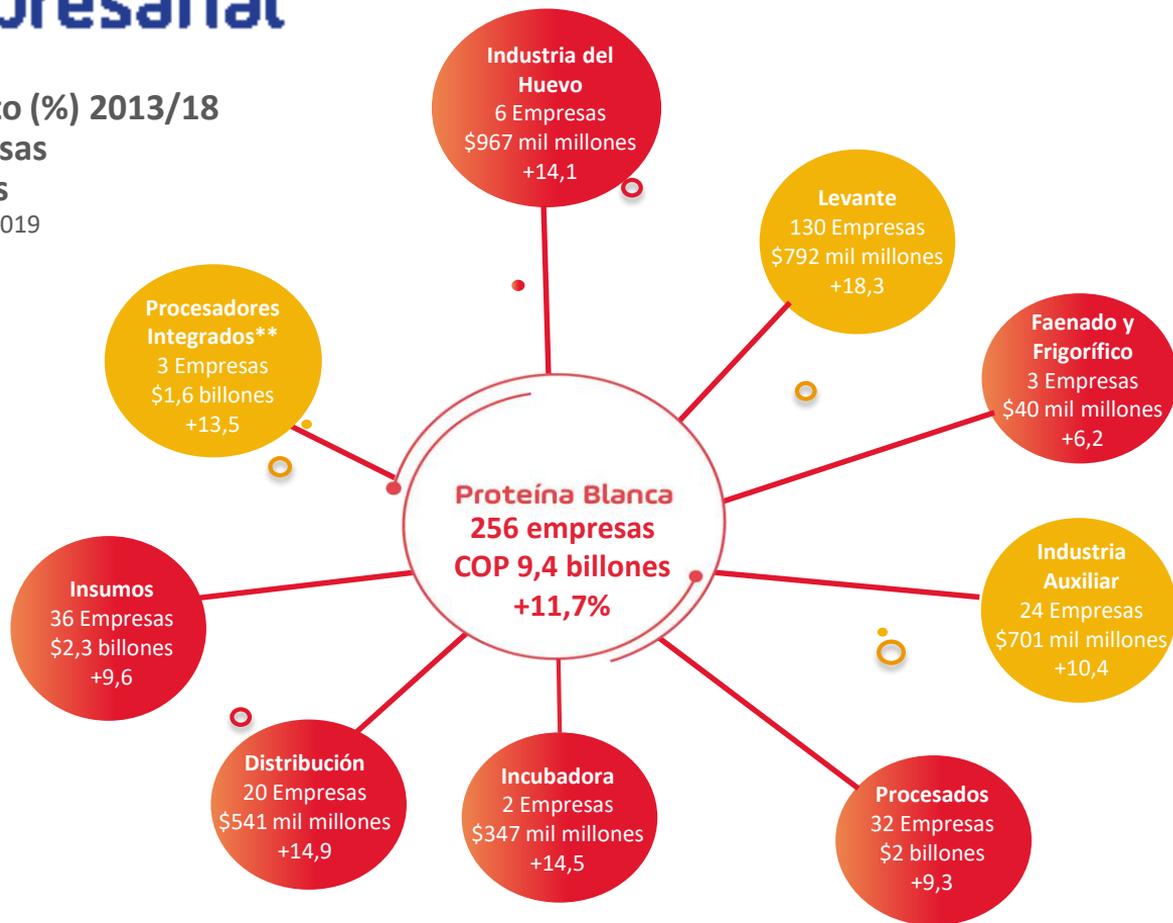
Ventas COP 2018

Tasa de crecimiento (%) 2013/18

Número de empresas

Datos preliminares

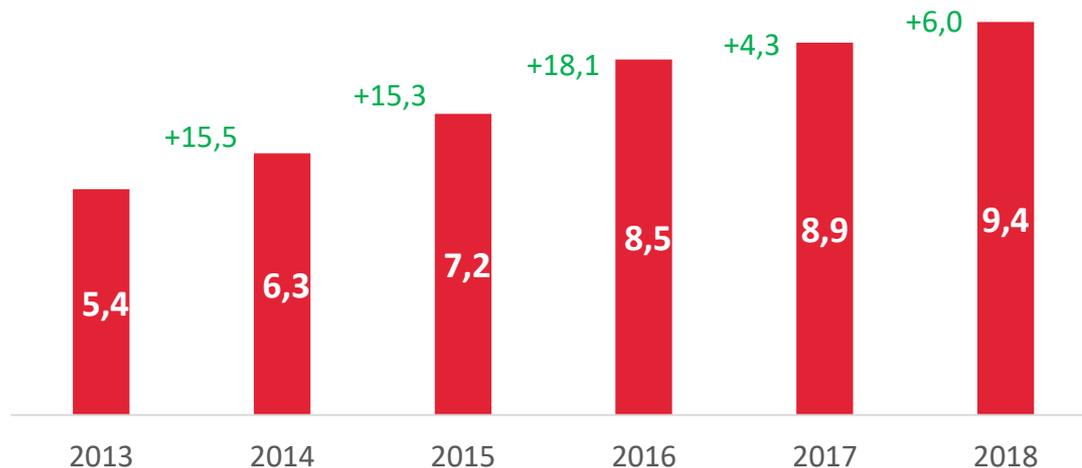
Renovados a junio 30 de 2019



**Pollos El Bucanero y Avidesa cuentan con incubadoras propias, sin embargo su negocio está en Procesadores Integrados
Fuente: Confecámaras – Cálculos Cámara de Comercio de Cali

Las empresas del Cluster de Proteína Blanca registraron ventas por COP 9,4 billones en 2018 y un crecimiento de 6,0% frente a 2017

Ventas totales Cluster de Proteína Blanca
(COP billones) y tasa de crecimiento (%) 2013 – 2018*



*Datos preliminares

Fuente: Confecámaras – Cálculos Cámara de Comercio de Cali

Cali, Yumbo y Buga concentran más de la mitad de las empresas del Cluster de Proteína Blanca

Cali

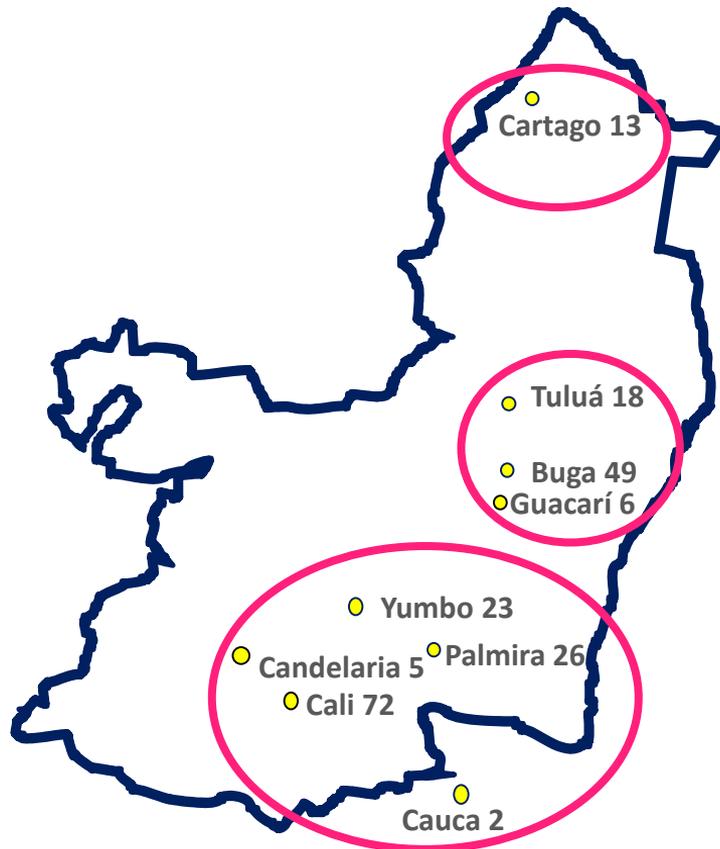
72 empresas
COP 2,8 billones
5,3% crecimiento 2017/18

Buga

49 empresas
COP 1,5 billones
7,2% crecimiento 2017/18

Yumbo

23 empresas
COP 2,7 billones
2,7% crecimiento 2017/18



Palmira

26 empresas
COP 614,5 mil millones
2,7% crecimiento 2017/18

Tuluá

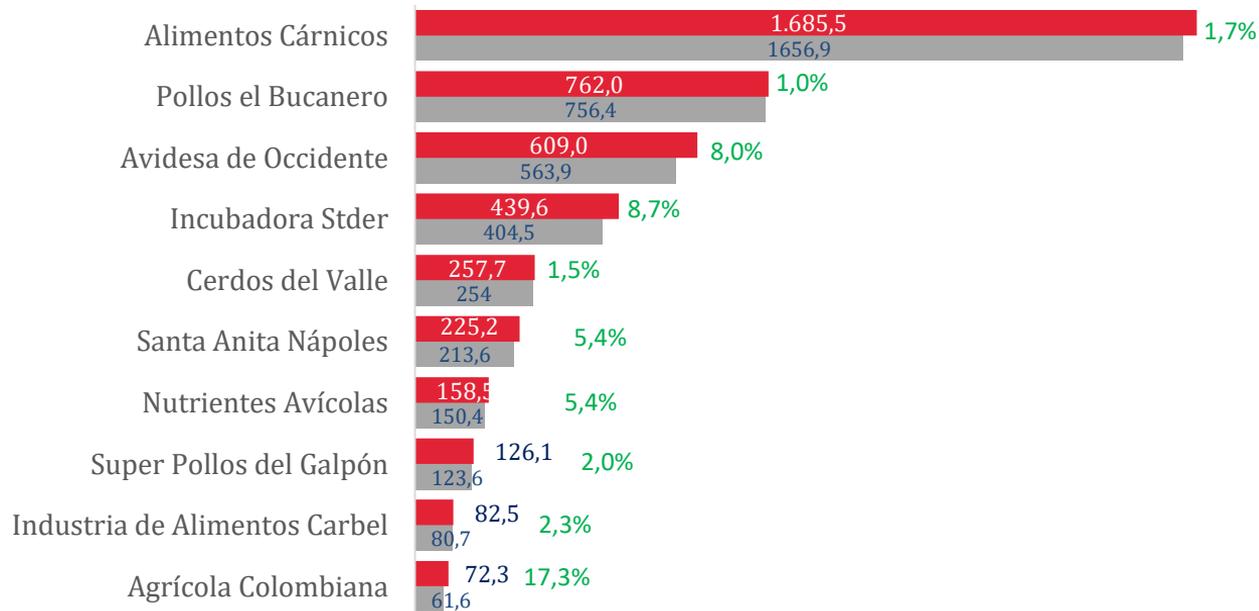
18 empresas
COP 58,7 mil millones
-8,6% crecimiento 2017/18

Cartago

13 empresas
COP 711,3 mil millones
4,5% crecimiento 2017/18

Avidesa de Occidente e Incubadora Santander fueron las empresas que registraron mayor crecimiento en ventas en el último año

Ranking de las 10 principales empresas de Proteína Blanca, según ventas 2018

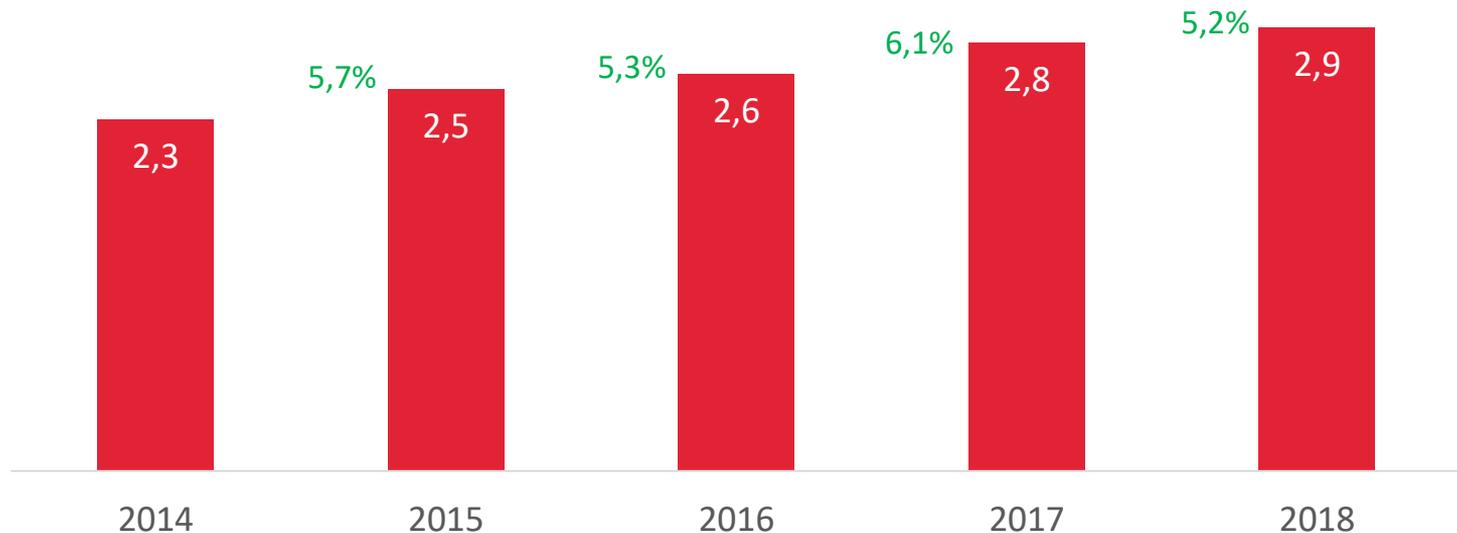


*Sólo empresas productoras de bienes finales para consumo humano (pollo, huevo y cerdo)

Fuente: Confecámaras – Elaboración Cámara de Comercio de Cali

En 2018, la producción nacional de Proteína Blanca fue 2,9 millones de toneladas y registró un crecimiento de 5,2% frente a 2017

Producción nacional (millones de ton) de Proteína Blanca
2014 - 2018



Fuente: FENAVI, PorkColombia – Elaboración Cámara de Comercio de Cali

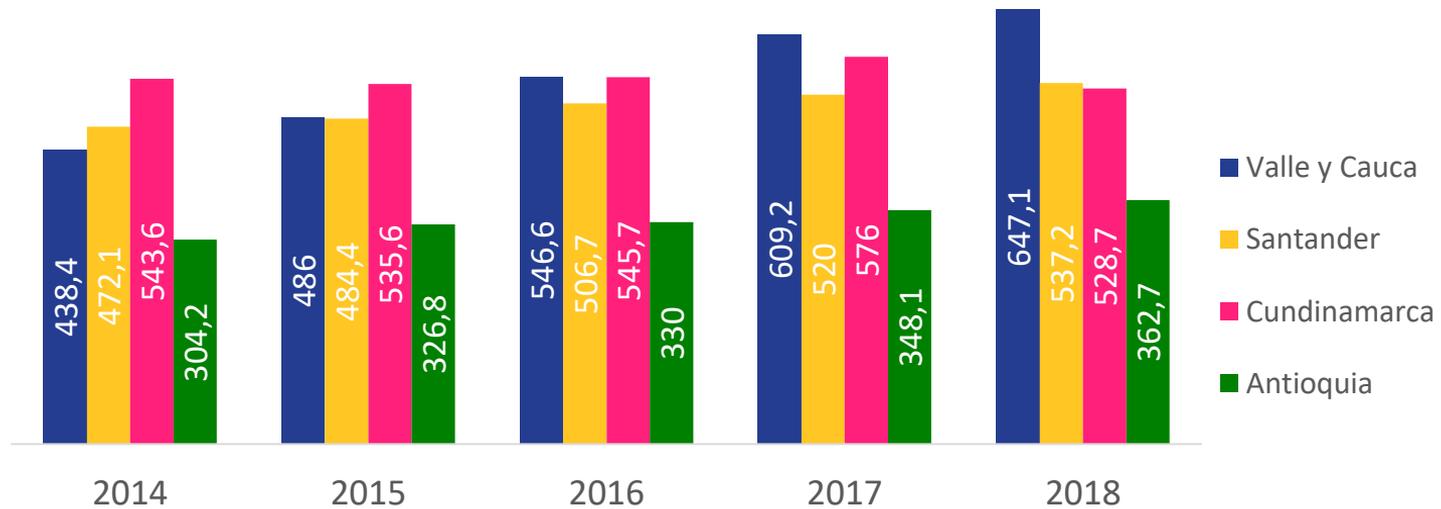
La carne de cerdo registró mayor crecimiento promedio entre 2014 y 2018, frente a la carne de pollo y huevo

Producción nacional (millones de ton) de Proteína Blanca y tasa de crecimiento promedio anual (%) 2014 - 2018



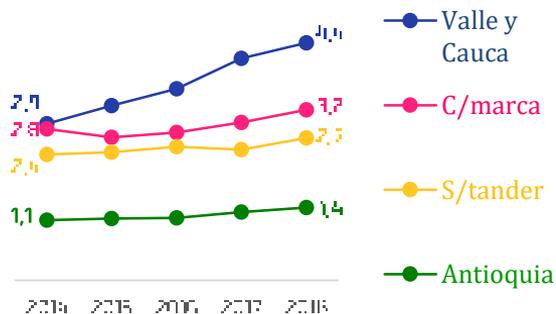
El Valle del Cauca y Cauca fue la principal región productora de Proteína Blanca en 2018 y registró el mayor crecimiento promedio anual en los últimos 5 años (10,9%)

Producción nacional de Proteína Blanca (miles de ton)
principales departamentos 2014 - 2018

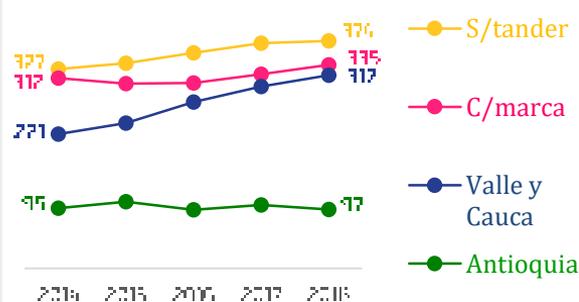


El Valle del Cauca y Cauca continuó como la principal región productora de huevo del País y ocupa el tercer lugar en la producción de carne de pollo y carne de cerdo

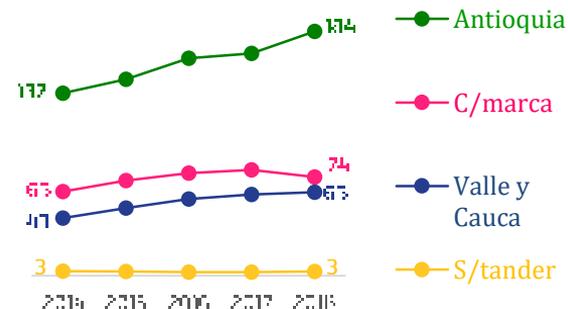
Producción de huevo
(miles de millones de uni)
2014 - 2018



Producción de carne de pollo
(ton) 2014 - 2018



Producción de carne de cerdo
(ton) 2014 - 2018

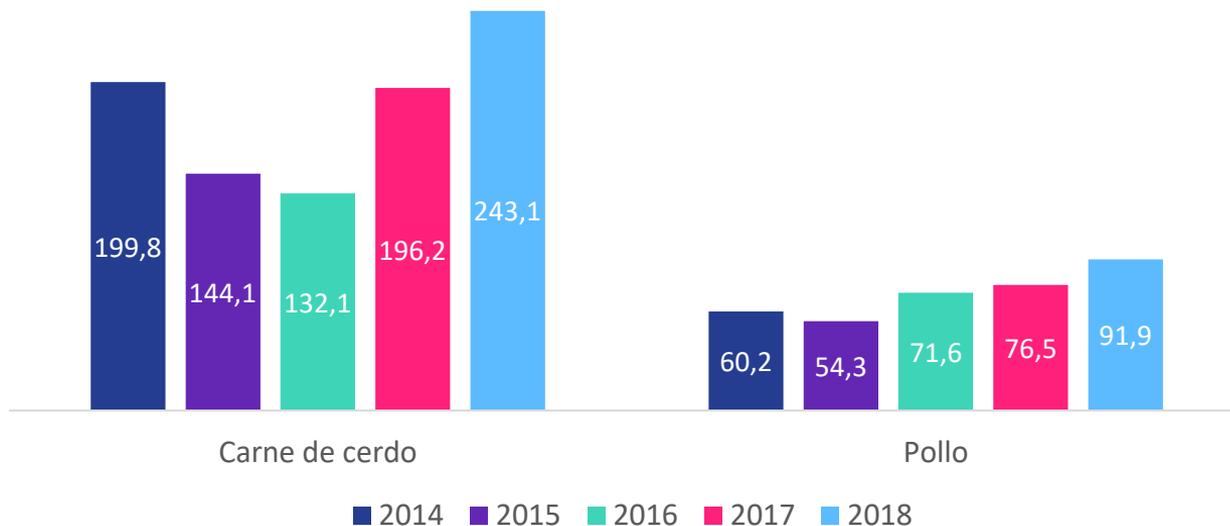


*C/marca incluye Bogotá

Fuente: FENAVI, PorkColombia – Elaboración Cámara de Comercio de Cali

Las importaciones nacionales de carne de cerdo y pollo han registrado un crecimiento promedio de 21,4% y 19,6% en los últimos 3 años, respectivamente

Importaciones (USD millones) de carne de pollo y cerdo en Colombia 2014 - 2018



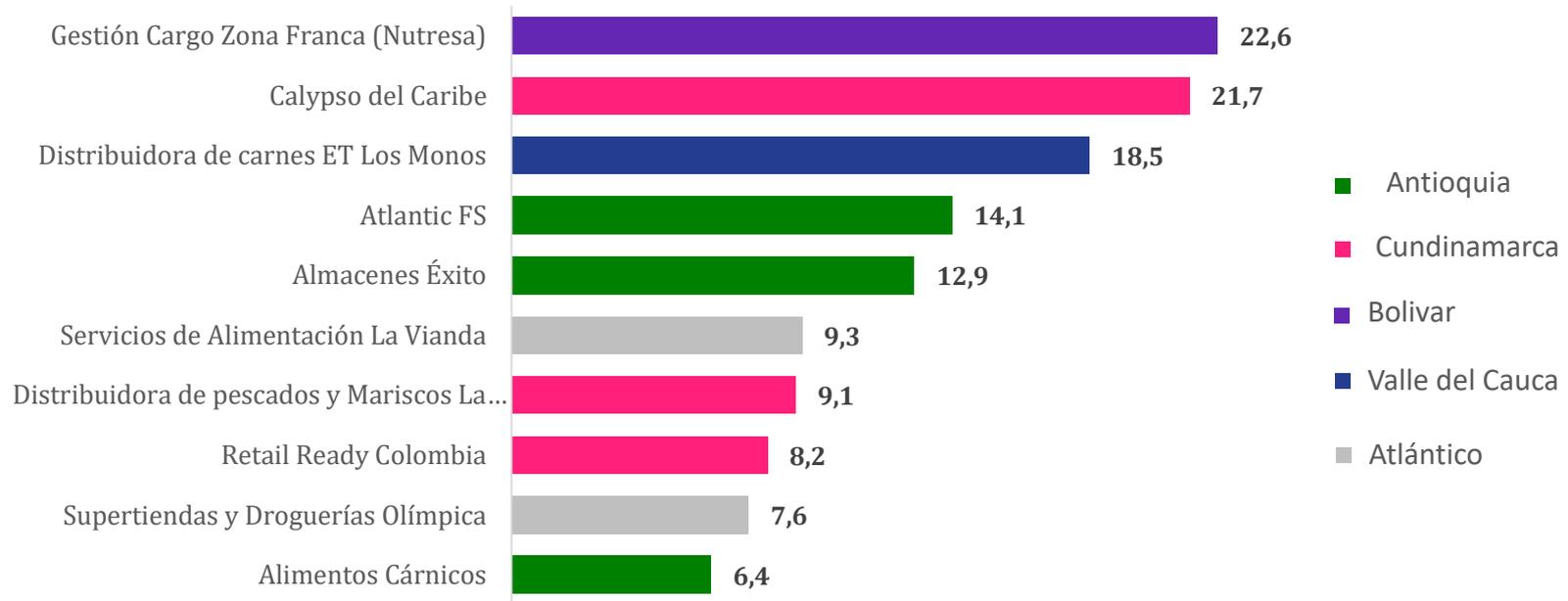
Las importaciones de carne de cerdo de Colombia en 2018 registraron un crecimiento de 24% frente a 2017

Importaciones (USD millones) de cerdo, según tipo de productos en Colombia 2018

Productos	Import 2018	Crec (%) 2018/17	Principales países de origen
Carne porcina congelada	138,7	+37,2	Canadá, Chile, Dinamarca y EE.UU.
Chuletas y costillas congeladas porcinas	63,0	+7,0	Canadá, Chile y EE.UU.
Preparaciones, embutidos y conservas porcinas	16,0	+8,6	Canadá, Chile y EE.UU.
Piernas y paletas porcinas congeladas	10,1	+18,1	Chile, Dinamarca, EE.UU. y Francia
Tocino seco, ahumado o congelado	8,7	+6,9	Canadá, Chile, EE.UU., y España
Jamones, piernas, paletas y trozos de cerdo fresco o refrigerado	6,6	+37,9	España, EE.UU., Francia e Italia

Las 3 principales importadoras de carne de cerdo concentraron 26% de las compras internacionales en 2018

Principales Importadores (USD millones) de carne de cerdo en Colombia 2018



Ejemplos de productos importados de cerdo en Colombia 2018



Cushion
Bola de brazo



Sirloin
Cadera de cerdo



Pierna de cerdo
Sin piel y sin hueso



Costilla de cerdo
Bisket Bone



Tocineta
ahumada



Costilla
ahumada

EE.UU., principal proveedor de las importaciones de carne de cerdo en Colombia
(USD 220,6 millones)

Las importaciones nacionales de carne de pollo registraron un crecimiento de 19,8% entre 2017 y 2018

Importaciones (USD millones) de pollo, según tipo de productos en Colombia 2018

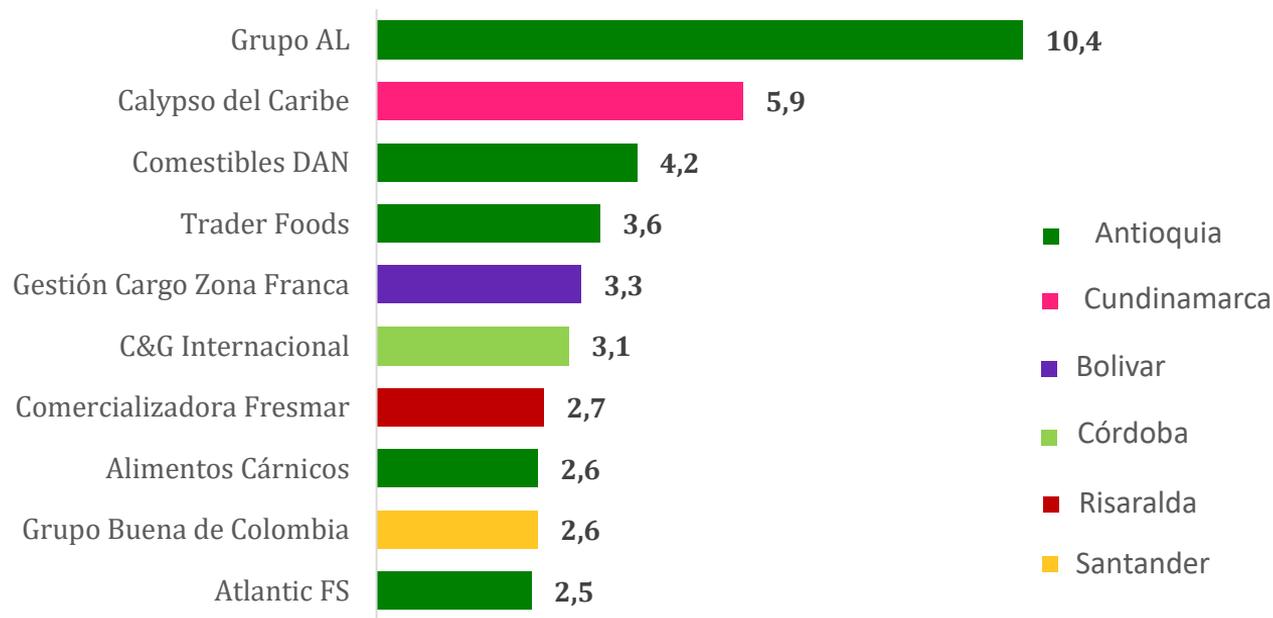
Clasificación	Import 2018	Crec (%) 2018/17	País origen
Carne, traseros, trozos y despojos congelados de gallo o gallina	70,0	+23,3	EE.UU.
Preparaciones y conservas de gallo o gallina	18,2	+6,4	Brasil, EE.UU. y Perú
Huevos fecundados <i>Gallus Domésticus</i> * para incubación	2,4	+120,8	Brasil y México
Yemas de huevo secas	0,6	-13,6	Chile, Costa Rica, EE.UU., Francia y Holanda
Huevos frescos <i>Gallus Domésticus</i> * para la producción de vacunas (sin agentes patógenos específicos)	0,4	-4,5	Argentina, EE.UU. y Perú
Huevos de ave sin cáscara, secos	0,3	-53,4	Argentina, EEUU y Perú

Gallus Domésticus: Huevos de gallina

Fuente: DIAN, DANE – Cálculos Cámara de Comercio de Cali

Entre las 10 principales importadoras de pollo del País, 5 están ubicadas en Antioquia

Principales Importadores (USD millones) de carne de pollo en Colombia 2018



Ejemplos de productos de pollo importados en Colombia



Pasta de pollo
(deshuesado)



Pechuga de pollo
(recortes)



Milanesa de pollo
(apanada)



Cubos de pollo
(en bandeja)



Hamburguesa de pollo
(apanada)



Pinchos de pollo
(premium)

Las importaciones nacionales de maíz y soya registraron un crecimiento de **15,9%** en 2018 y el Valle del Cauca registró una participación de **25,4%**

Importaciones (USD millones) de maíz y soya en Colombia y Valle del Cauca 2014 - 2018



Importaciones (USD miles) de maíz y soya según países de origen en Colombia 2018

País origen	Import 2018	Part. (%)
EE.UU.	1.182.379	97,8
Argentina	26.158	2,2
Otros	112,7	0,01

Por el Puerto de Buenaventura ingresó 44,3% de las importaciones de maíz y soya de Colombia en 2018; sin embargo, el más dinámico fue Barranquilla (+31,6%)

Valor de las Importaciones (USD millones) de maíz y soya, según principales puerto en Colombia 2018

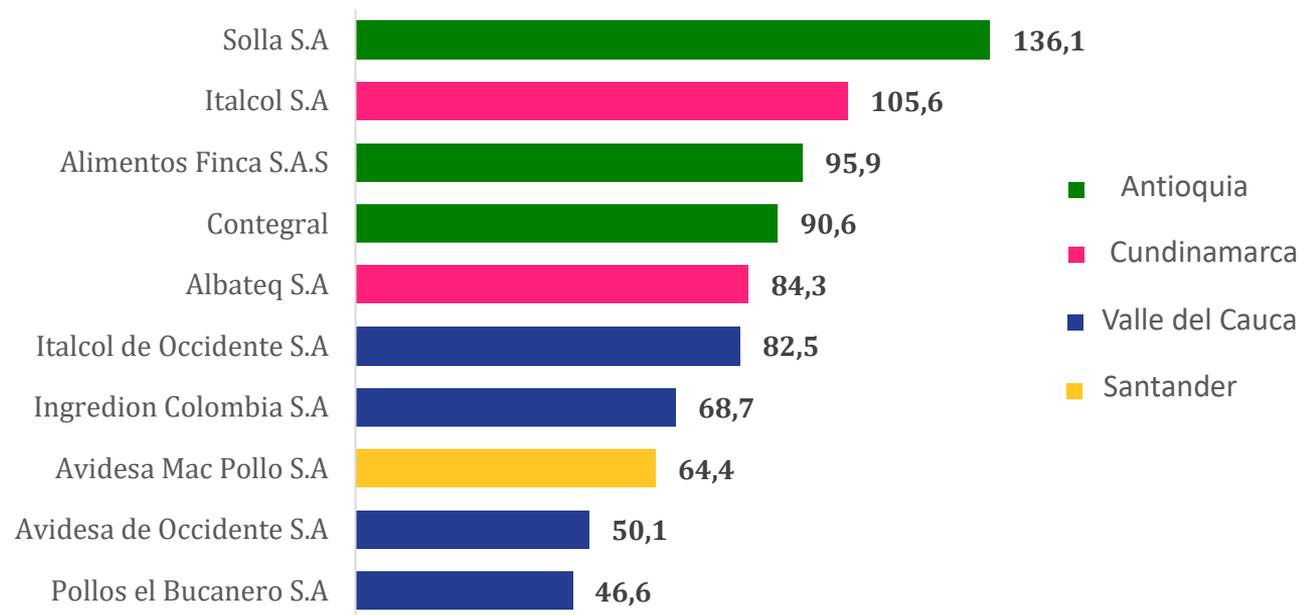
Puerto	Import 2018*	Crec. (%) 2018/17	Part. (%)*
Buenaventura	535,4	+13,5	44,3
Santa Marta	314,7	+8,7	26,0
Barranquilla	235,4	+31,6	19,5
Cartagena	112,6	+15,4	9,3
Guajira	4,9	NA	0,4

*Otros: Cali, B/manga y Bogotá

Fuente: DIAN, DANE – Cálculos Cámara de Comercio de Cali

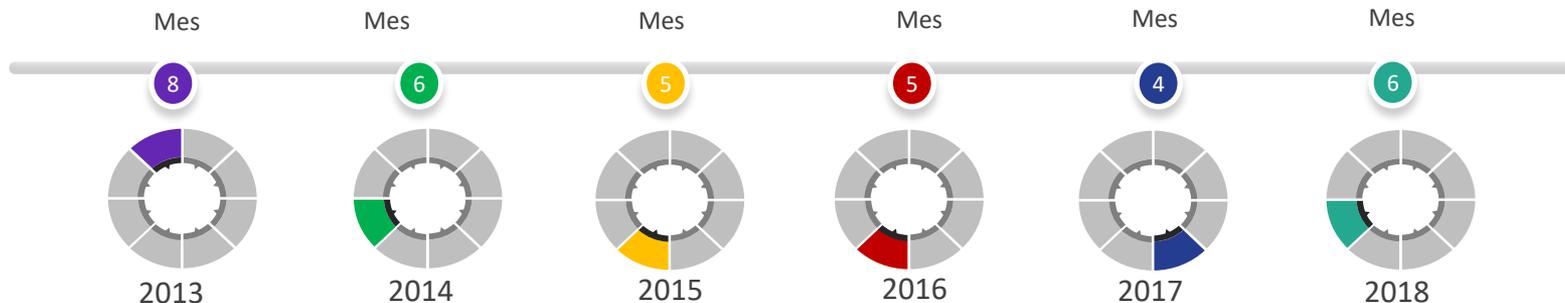
5 empresas importadoras de maíz y soya concentraron 42,4% de las compras internacionales en 2018

Principales Importadores (USD millones) de maíz y soya en Colombia 2018



El contingente de maíz amarillo (TLC EE.UU.) se agotó más rápido en los últimos 5 años frente a 2013

Mes de cumplimiento del contingente de maíz amarillo TLC EE.UU. - Colombia 2013 - 2018



Con la firma del TLC entre Colombia y EE.UU., Colombia ofreció un contingente de maíz de 2 millones de toneladas con una tasa de crecimiento anual de 5%.



Avances de la Iniciativa *Cluster* de Proteína Blanca

Proyectos y actividades

Desde abril de 2018, trabajamos junto a las empresas en el desarrollo de un esquema de gobernanza sólido y con visión futura

Mantener el **foco en la estrategia**

Desarrollar una **agenda de implementación sólida**

Favorecer la **comunicación** fluida y clara

Ordenar según roles y capacidades

Generar **dinámica** de trabajo colaborativo

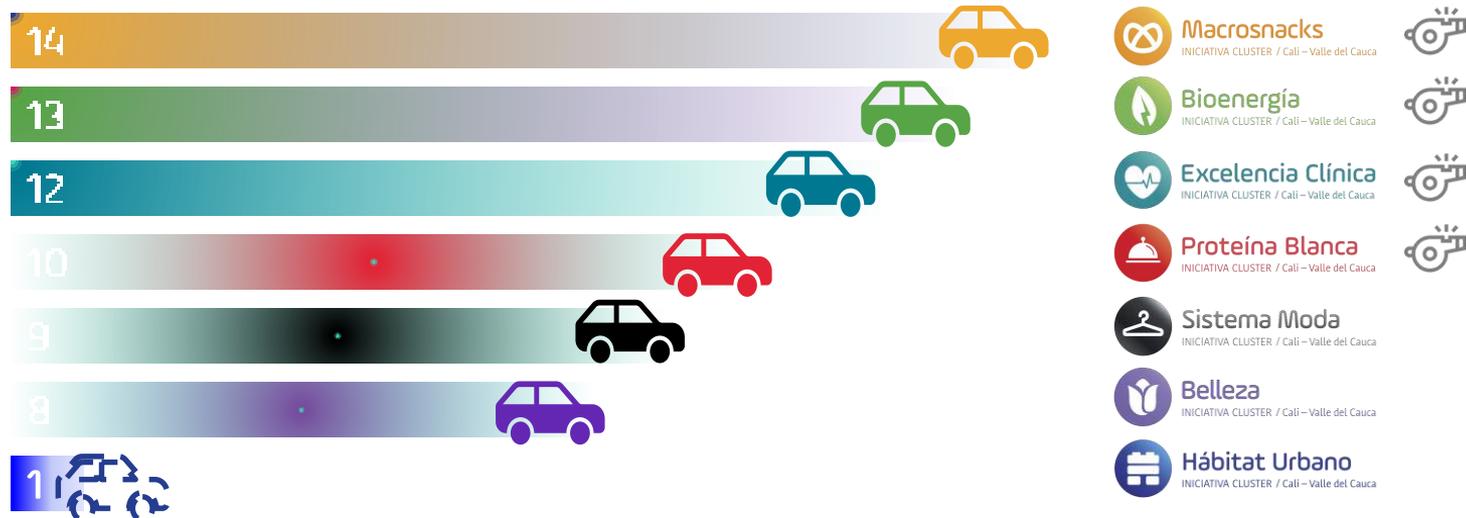
Coordinar la ejecución de proyectos concretos con entidades de entorno

Posicionamiento de la *Iniciativa Cluster*

Garantizar el **liderazgo privado** (empresas)

Las Iniciativas *Cluster* con mayor número de proyectos realizados ya cuentan con un modelo de gobernanza implementado

Número de proyectos y actividades* ejecutadas y en ejecución según *Iniciativa Cluster*



*Incluye todo tipo de actividades

**Algunos proyectos se contabilizan en más de un *Cluster* - Fuente: cálculos UEC

15 empresas participan en el esquema de gobernanza de la Iniciativa Cluster

Comité Estratégico

Mesas de Trabajo



Desarrolla de nuevos
iniciativas



Fusionamiento de
iniciativas



Desarrolla de nuevos procesos y
productos



Plenaria



Proyectos

En ejecución y nuevas propuestas

Proyecto: Aceleración de la Transferencia de Conocimiento y Tecnología para las empresas del Cluster de Proteína del Blanca

Objetivo

Promover procesos de Transferencia de Conocimiento y Tecnología en las empresas de la Iniciativa *Cluster* de Proteína Blanca, para impulsar su sofisticación productiva y acceder a nuevos mercados

Principales Componentes

- Conceptualización de nuevo producto listo para consumir/preparar
- Mercado de referencia: Alemania
- Adaptación de un desarrollo tecnológico patentado

Cofinanciadores:



El futuro es de todos

Gobierno de Colombia



Ejecutores:



6 Empresas participantes



Avances y resultados

- Mercado de referencia: Alemania ✓
- 6 Prototipos de nuevos productos ✓
- Vigilancias Tecnológicas ✓
- Hoja de ruta (roadmap) ⌚
- Definición de modelo TCT ⌚



Proyecto: Fortalecimiento de la Capacidades Científicas y Tecnológicas para Impulsar la Innovación y Competitividad de la Cadena Productiva de Proteína Blanca Valle del Cauca

Objetivo

Fortalecer las capacidades de investigación, desarrollo experimental e innovación que impulsen la sofisticación e internacionalización de la cadena productiva de Proteína Blanca

Líneas de investigación

- Incorporación del Huevo como una fuente de proteína mezcla de cereales
- Definición de Formulaciones para elaboración de productos de Proteína Blanca *ready to eat* y *ready to cook*

11 Empresas participantes



Principales resultados esperados

- 6 Prototipos de nuevos productos
- 1 Agenda estratégica de innovación
- Fortalecimiento en adecuación física de GIPAB-Univalle

Cofinanciadores:



Ejecutores:





Evolución de las tendencias y hábitos de consumo nacional en los próximos 5 años

Junio 2019



MacroSnacks

INICIATIVA CLUSTER / Cali – Valle del Cauca



Proteína Blanca

INICIATIVA CLUSTER / Cali – Valle del Cauca

Agenda

- ¿Por qué un estudio de hábitos y tendencias de consumo?
- Objetivos del Proyecto
- ¿Por qué *Euromonitor International*?
- Condiciones de participación



¿Por qué un estudio de hábitos y tendencias de consumo?

Justificación



Desde 2014, el Programa de Iniciativas Cluster busca impulsar la competitividad y el desarrollo empresarial a través de la innovación, el desarrollo tecnológico y la internacionalización

Sofisticación



Desarrollo de producto

- Fresco *Commoditie*
- Productos Procesados
- *Ready to eat*
- *Ready to cook*
- Personalizado

Canales de distribución sofisticados

-
- Galerías (Plazas de mercado), tiendas de barrio
 - GDO Media
 - Restaurantes de gamma media
 - GDO Sofisticada (*Food Service*, restaurantes de gama alta)

Vínculo con el cliente

-
- Maquila / marca blanca
 - Marca desarrollada
 - Tienda propia
 - Empaque sostenibles

El proyecto “Tendencias y hábitos de consumo” está alineado con el Plan de acción de las iniciativas cluster **Proteína Blanca y Macrosnacks**



El proyecto “Tendencias y hábitos de consumo” está alineado con el Plan de acción de las iniciativas cluster **Proteína Blanca y Macrosnacks**



En las mesas de trabajo se prioriza la estructuración y ejecución de proyectos dirigidos a impulsar la competitividad de las empresas



1. Desarrollo de nuevos mercados

Proyectos orientados al acceso a nuevos mercados y generar información oportuna para el desarrollo de productos y oportunidades de mercado

2. Ecosistemas de innovación

Proyectos que impulsen los procesos de innovación dentro de las empresas (productos y procesos) y la transferencia de conocimiento y tecnología

3. Desarrollo de nuevos procesos y productos

Proyectos para articular a las empresas de la Iniciativa con empresas de servicios especializados innovadores que impulsen la creación de nuevos platos, productos y servicios

Mesas de trabajo del Cluster de Macrosnacks

Plataforma de acceso a nuevos mercados

- Estructurar proyectos orientados al **acceso a nuevos mercados** (internacionales o segmentos de negocio nacionales sin explorar)
- Generar **información oportuna** para la adaptación de producto y aprovechamiento de oportunidades de mercado



Ecosistema de desarrollo de producto

- Articular los diferentes **agentes del Cluster** para generar un **entorno favorable** para el desarrollo de nuevos productos, de manera que las empresas encuentren **servicios que faciliten los procesos de desarrollo** a nivel técnico, estratégico y de negocio



Aliados Productivos

- Estructurar proyectos que articulen las **capacidades de los Aliados Productivos** con las necesidades de las empresas productoras de bienes finales, con el propósito de fortalecer su competitividad
- **Fortalecer de proveedores locales** (insumos, empaques y maquinaria)



¿Por qué es importante conocer las tendencias y hábitos de consumo?

- El análisis de los hábitos y las tendencias de consumo en los próximos años permite identificar nuevas líneas de negocio y oportunidades de innovación
- Definición de agenda de desarrollo de productos
- Actualización tecnológica
- Ajustes estratégicos de posicionamiento de marca y de internacionalización





Objetivos del Proyecto

Para las empresas

Tendencias y hábitos de consumo en el mercado de comida empacada 2020 - 2025

Objetivo General

Identificar nuevas líneas de negocio y oportunidades en innovación de producto a partir de los cambios de los hábitos/tendencias de consumo en alimentos empacados listos para consumir o preparar a 2025

Ejecutor:



Coordina:



Apoyo técnico:



Objetivos específicos

- Identificar los patrones de consumo en América Latina frente a otras regiones según las categorías de estudio
- Identificar cuáles son las principales tendencias presentes en Colombia? Así como los impulsores e inhibidores de consumo en los próximos 5 años?
- Conocer cómo se comporta el consumidor nacional respecto a variables clave como precio, nutrición, marca, empaque y canales de información?
- Evaluar el grado de apertura de las personas a consumir productos innovadores de *snacks* y proteína blanca
- Recopilar opiniones de expertos respecto a los cambios de las tendencia de consumo en Colombia

Principales beneficios para las empresas

1. Fortalecer las capacidades de I+D+i y de mercadeo de las empresas
2. Orientar la agenda de innovación en términos de desarrollo de nuevos productos
3. Identificar/explorar nuevos segmentos de negocio en el mercado nacional
4. Definir una agenda de desarrollo tecnológico que permita prepararse para retos futuros
5. Ajustar/complementar la agenda de internacionalización y/o desarrollo de marca de la empresa

Metodología



Perfil del consumidor: 813 consumidores de Proteína Blanca y *snacks* por lo menos 1 vez por semana, distribuidos así:

- Estrato 3 y 4: 542 encuestas (271 por estrato)
- Estrato 5 y 6: 271 encuestas en conjunto
- Hombres y mujeres entre 20 a 50 años



Ciudades en consideración: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla



Encuestas: No más de 15 minutos por persona, preguntas cerradas

Etapas del Proyecto

1: Conceptos y Metodología

- Reunión inicial para revisar: metodología, alcance del proyecto, resultados esperados
- Conformación del comité técnico del proyecto

2: Desarrollo de la Investigación

- Revisión de fuente primaria: cifras para la comida empacada, bebidas no alcohólicas, *retail* y empaques
- Revisión de tendencias y megatendencias mundiales, tiendas *online*, *retailers*, fabricantes y tiendas especializadas
- Revisión de información secundaria pública disponible: noticias y *blogs*
- Entrevistas a líderes de la industria en Colombia validados por el Comité Técnico
- Encuestas a consumidores finales en principales ciudades

3: Análisis y presentación de resultados

- Presentación de resultados, validación con el comité y ajustes
- Presentación de resultados finales



¿Por qué *Euromonitor*
International?
Ejecutor del Proyecto

¿Por qué Euromonitor International?



- Su propuesta está alineada a las necesidades y expectativas del proyecto, según las empresas de los *clusters*
- Cuenta con una Plataforma de datos para revisión de cifras: expertos en la industria de datos y análisis, modelos y proyecciones
- Cubrimiento de la geografía de estudio para la revisión de las cifras y realización de las encuestas en territorio nacional en las ciudades de referencia
- Experiencia: Tendencias de la industria: 5 años
- Tendencias macroeconómicas, sociodemográficas y comportamiento del consumidor: 10 años
- Megatendencias mundiales: 10 años

Equipo ejecutor del Proyecto



Lourdes Chavarria es una Consultora Senior de Prácticas; dirige la especialización de Comercio Ilícito y administra un equipo de consultores que ejecutan proyectos de investigación en América, equipos de desarrollo de negocios y ventas



Kiana Ashtiani es una consultora que ha colaborado en estudios globales de investigación de mano de obra y gastos de consumo financiados por EE.UU., co-escribió documentos de metodología de encuestas y tiene una maestría en relaciones internacionales.



Paulina Gross es Consultora de Euromonitor con experiencia en liderazgo gubernamental y agroindustrial. Ha trabajado en más de 20 proyectos de consultoría con enfoque en el mercado, análisis de la cadena de suministro y tamaño y se ha convertido en uno de los consultores más fuertes de la región con proyectos para el gobierno y asociaciones comerciales.



Condiciones de participación

Para las empresas

Cronograma de actividades

Componentes	Actividades	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4
Identificación de tendencias y barreras de consumo nacional	Visualizar tendencias por región en la industria de comida empacada, comida fresca y bebidas no alcohólicas				
	Efecto de las tendencias y megatendencias en Colombia				
	Conocer la percepción del consumidor colombiano sobre motivadores y barreras al consumo de las categorías				
Contribución a la estrategia de innovación de producto	Fortalecer de las capacidades de I+D+i y mercadeo de las empresas sobre el conocimiento del consumidor colombiano				
	Contribuir a la estrategia de innovación de las empresas participantes con una orientación al desarrollo de producto en el largo plazo				

Modelo de financiación

Valor del Proyecto
COP 231 millones*



COP 46
millones



COP 185
millones



10 empresas:
\$18,5 millones
15 empresas:
\$12,3 millones



Seminario especializado Proteína en *snacks*: un nuevo reto Julio 2019



MacroSnacks

INICIATIVA CLUSTER / Cali – Valle del Cauca



Proteína Blanca

INICIATIVA CLUSTER / Cali – Valle del Cauca

A través de la formación especializada, las iniciativas *cluster* fortalecen las capacidades de los equipos de las empresas

Se han realizado 5 seminarios de formación especializada sobre las temáticas priorizadas por las empresas de Proteína Blanca

- Seminario de vida útil para alimentos empacados
- Análisis sensorial 1.0
- Análisis sensorial 2.0
- Seminario Análisis sensorial avanzado
- Curso de formación en desarrollo de productos
- Inversión total en formación: \$198 millones
- Inversión de la CCC: \$58,6 millones
- Empresas: \$139,4 millones



¿Por qué la Proteína Blanca en Snacks?

Los cambios en los estilos de vida y los patrones de compra actuales han llevado al consumidor a elegir soluciones rápidas, fáciles, convenientes y nutritivas de alimentación

En EE.UU., la macrotendencia de consumo ha estado marcada por un interés creciente en el **consumo consciente de dietas que aporten proteína y otros nutrientes**, abriendo la oportunidad al desarrollo de snacks saludables que tengan el papel de suplir las **necesidades de nutrición** del consumidor

Ejemplos de productos tipo snacks con alto contenido de Proteína Blanca



¿Por qué un seminario?

- Fortalecimiento del capital humano
- Aporte a la estrategia de innovación de las empresas
- Exploración de nuevas líneas de negocio
- Identificación de brechas técnicas
- Identificación de aliados regionales



Dirigido a:

- Equipos de desarrollo e innovación
- Jefes de producto
- Mercadeo y comercial

Seminario

Proteína Blanca en Snacks: un nuevo reto

Objetivo General

Fortalecer las capacidades de innovación en las empresas a través del aprendizaje sobre el contenido de proteína blanca como ingrediente nutricional en el desarrollo de productos de snacks, con una orientación al desarrollo de nuevos productos

Objetivos Específicos

- Proponer desarrollos de productos tipo snacks teniendo presente la situación del mercado actual, tendencias de consumo y de compra
- Analizar posibles tecnologías para el desarrollo de productos de snacks con proteína
- Analizar las tendencias del mercado en productos de snacks con alto contenido de proteína y productos ya en venta.

Contenido del Seminario

HORA	DÍA 1	DÍA 2
8:00AM - 8:10AM	Instalación	Instalación
8:10AM - 9:10AM	Tendencias del mercado en Proteína Blanca - Lina María Restrepo	Diseño y Seguridad alimentaria de nuevos productos - IRTA
9:20AM - 10:00AM	Proteínas Alternativas - Camilo Peláez	Tecnologías para la elaboración de Snacks Cárnicos - IRTA
10:00AM - 10:30AM	Receso	Valoración de subproductos de la industria cárnica - IRTA
10:30AM - 11:30AM	Importancia de la alimentación animal en el desarrollo de una proteína para el consumo humano - Juan Francisco Chica	
11:30AM - 12:30AM	Consumo de Proteína Blanca y proteínas alternativas a nivel mundial - Alejandro Yepes	
12:30PM - 2:00PM	Almuerzo	
2:00PM - 4:30PM	Incorporación de la Proteína Blanca en el desarrollo de Snacks: Taller Innovación SIT (Systematic Inventive Thinking) - Grupo Nutreo	
4:30PM - 5:00PM	Conclusiones	

Expertos invitados



Nutreo trabaja en la Innovación y desarrollo de soluciones y productos para incrementar el valor nutricional de los alimentos y las marcas de las empresas, impactando de manera positiva el bienestar de las personas y contribuyendo al desarrollo social.

Líneas de trabajo:



Experiencia de Nutreo en innovación

Un laboratorio para crear y conectar ideas a través de la innovación y el desarrollo de productos

Algunas marcas clientes

Vínculo con instituciones de educación superior



Conferencistas Nutreo

ALEJANDRO YEPES CORREA



Profesional en Salud Ces
MBA Southern New Hampshire University
Máster en Epidemiología UdeA
Especialista en Auditoría de Calidad
Universidad Santo Tomas
Actualmente, Gerente General Nutreo

JUAN FRANCISCO CHICA



Médico Veterinario y Zootecnista de la Universidad CES, MBA de la Universidad de Pekín en China y de Vlerick Business School en Bélgica, alumno de Singularity University en EEUU, institución dedicada a tecnologías exponenciales. Líder de Asimetrix/Kunue, trabaja en el sistema de producción de proteína como un solo ecosistema, aplicando tecnologías exponenciales, para la producción de mas proteína, mas económica y de mejor calidad.

Conferencistas Nutreo

CAMILO PELÁEZ



Administrador de Empresas Universidad de La Salle
Empresario - Fundador Industrias Horuz
Actualmente Director de la UEN
Ingredientes funcionales
Ingredientes Funcionales NUTREO

LINA MARÍA RESTREPO



Profesional en Mercadeo, con más de 25 años de experiencia administrando marcas y medios en diversas categorías de consumo masivo. Hábil para potenciar marcas nacionales en mercados extranjeros como Ecuador, Panamá, México y Centroamérica a través del entendimiento del comportamiento del consumidor, su cultura y la sinergia con la estrategia del negocio, aplicando procesos para el lanzamiento y posicionamiento de productos y servicios.

Expertos IRTA



Centro Tecnológico para la Biodiversidad, Ecología y Tecnología Ambiental y Alimentaria. Es un socio estratégico de la industria alimentaria y motor de innovación y transferencia tecnológica. Sus objetivos generales son los de impulsar la investigación y el desarrollo tecnológico en el ámbito agroalimentario, facilitar la transferencia de los avances científicos y valorar los avances tecnológicos propios buscando la máxima coordinación y colaboración con el sector público y privado. Junto a otros centros conforman un sistema cooperativo de I + D.

Condiciones de participación

Cupos limitados

35

Incluye:

- ✓ 10 horas de formación
- ✓ Materiales necesarios para el desarrollo de talleres prácticos
- ✓ Refrigerios (am/pm) en todas las sesiones
- ✓ Almuerzo
- ✓ Memorias del Seminario

Condiciones de participación

Inversión por persona*:

Cupos
limitados

35

Tarifa plena

\$ 510.000 + IVA

Descuento de Afiliado (15%)

\$ 435.000 + IVA

**Descuento por pronto pago (10%)
antes del 9 de Julio de 2019**

\$ 460.500 + IVA

*Descuentos no acumulables



Misión Empresarial

30 sep – 4 oct / 2019



Macrosnacks

INICIATIVA CLUSTER / Cali – Valle del Cauca



Proteína Blanca

INICIATIVA CLUSTER / Cali – Valle del Cauca

Sistema agroalimentario en Holanda



- + 10% del PNB: EUR 60 mil millones
- + 600 mil puestos de trabajo
- Segundo exportador mundial de productos agroalimentarios (21% del valor total de las exportaciones en HOL)
- 4 empresas holandesas en el top 40 mundial: Unilever, Heineken, Vion, Friesland Campina
- 8 de las 25 empresas más grandes de Holanda son agroalimentarias
- + 90% de las empresas agroalimentarias son Pymes

En *Food Valley* se han integrado todas las empresas de la cadena agroalimentaria de Holanda



Al ser miembros de *Food Valley* las empresas aceleran la innovación y el desarrollo empresarial

- Fabricación
- Tratamiento
- Tecnología de semillas
- Agricultura
- Transporte
- Materia prima, ingredientes
- Consumidores
- Preparación de comida
- *Retail*
- Marketing



Unilever



Beneficios de una Misión en Food Valley



1. Conocer mejores prácticas empresariales internacionales en un *Cluster* alimentario reconocido mundialmente
2. Identificar aliados internacionales en Holanda para el fortalecimiento del *Cluster* de Proteína Blanca y del *Cluster* de Macrosnacks
3. Conocer los avances del *Cluster* de alimentos en Food Valley
4. Identificar capacidades clave para la innovación y la competitividad de la industria de alimentos
5. Misión conjunta para el fortalecimiento de la confianza y colaboración empresarial
6. Realizar talleres técnicos en temáticas de innovación, desarrollo de productos sofisticados *ready to eat & ready to cook*



Agenda: visitas en destino



Conformación de agenda para 5 días, min 10 - max 15 visitas

- La Cámara de Comercio de Cali junto a las empresas de las iniciativas *Cluster* de **Proteína Blanca** y **Macrosnacks** tendrán la posibilidad de priorizar estratégicamente las empresas que desean visitar con base en una lista preliminar con 20 compañías de referencia alimentaria
- Se realizará una visita a la entidad Foodvalley con el fin de conocer el modelo de trabajo del *Cluster* alimentario, los programas y agenda de proyectos, las temáticas priorizadas, el modelo de servicios y la vinculación con las instituciones y el gobierno
- Se visitarán las instalaciones de investigación e innovación: Programa de aceleración, *Top Food Lab*, la planta de ecophenotipaje, el Centro de Innovación Avícola, Visita a la universidad de Wageningen y sus instalaciones de innovación



Perfil sugerido

La Misión tecnológica está dirigida a gerentes generales, gerentes o directores de área (I+D+i, Producción, Ambiental..) de las empresas e instituciones de la región relacionados con los *Clusters* de Proteína Blanca y Macrosnacks



Proteína Blanca

INICIATIVA CLUSTER / Cali – Valle del Cauca



Macrosnacks

INICIATIVA CLUSTER / Cali – Valle del Cauca

Dirigido a:



**Empresas y
Universidades**

Fecha propuesta:



**30 sep – 4 oct de
2019**

Financiación



- La **Cámara de Comercio de Cali** asumirá los costos de transporte en el destino y la inversión asociada a la agenda de formación académica durante 1 semana, con visitas y talleres de formación especializada
- Las **empresas y entidades participantes** asumen los gastos relacionados con tiquetes aéreos, hospedaje y alimentación
- **Número de participantes** máximo 20 personas





TASTE THE FUTURE

OCTOBER 5-9th, 2019

KOELNMESSE

COLOGNE, GERMANY



Gracias



**Cámara de
Comercio de
Cali**