



Abre tus fronteras



FUNDACIÓN EMPRESARIAL COMUNIDAD EUROPEA - CHILE

INFORME TÉCNICO

**“Prospección de experiencias de innovación en tecnologías y
Saber hacer europeo para la transición de la producción
Artesanal a la industrial de alimentos gourmet, sin perder
su calidad y autenticidad”, código GIT-2015-0343**

www.eurochile.cl

FORMULARIO INFORME TECNICO

GIRAS DE INNOVACIÓN 2015

Nombre de la gira de innovación

“Prospección de experiencias de innovación en tecnologías y saber hacer europeo para la transición de la producción artesanal, a la industrial, de alimentos gourmet, sin perder su calidad y autenticidad”

Código FIA

GIT - 2015 - 0343

Fecha de realización de la gira

06/06/2015 al 14/06/2015

Ejecutor

Fundación Empresarial Comunidad Europea-Chile

Coordinador

Ana María Correa López

País (es) visitado (s)

OFICINA DE PARTES 2 FIA	
RECEPCIONADO	
Fecha	06 NOV 2015
Hora	13:10
Nº Ingreso	25040

Italia

Firma del coordinador

Instrucciones:

- La información presentada en el informe técnico debe estar directamente vinculada a la información presentada en el informe financiero, y ser totalmente consistente con ella
- El informe técnico debe incluir información en todas sus secciones, incluidos los anexos
- Los informes deben ser presentados en versión digital y en papel (dos copias), en la fecha indicada como plazo de entrega en el contrato firmado entre el ejecutor y FIA

1. Identificación de los participantes de la gira de innovación

Nombre y apellido		Entidad donde trabaja	Profesión, especialización	Correo electrónico	Teléfono	Dirección
1	Ana María Correa	Eurochile	Ingeniera Comercial, Economista			
2	Gonzalo Aspillaga	Comercial Vive Sano, SPA	Socio, Gerente			
3	Manuela Iribarren	By María	Gerente General			
4	Francisca Pacheco	Cerveza Artesanal + 56	Socia Fundadora			
5	María Cristina de la Sotta	Be Gourmet	Fundadora			
6	Xavier Encina	Bocali	Socia			
7	Virginia Pérez	Doña Vicky Gourmet	Dueña			
8	Lucía Gaete	Naturamiel	Dueña			
9	Roxana Gardilic	Alto Albarracines	Dueña			

10	Miguel Angel Carcuro	Atrapa Niebla	Dueño			
11	Soraya Alvarez	Delicias de Fresia	Dueña			

2. Itinerario realizado en la gira de innovación

Entidad (institución/empr esa/ productor)	Ciudad y país	Describe las actividades realizadas	Nombre y cargo de la persona con quien se realizó la actividad en la entidad visitada	Temática tratada en la actividad	Fecha (día/mes/a ño)
Consorcio Parma Alimentare	Milán, Italia	*Información sobre el consorcio. *Visita a Planta experimental procesadora de tomate. *Modelo del consorcio Parma alimentare.	Mónica Luxa Promo Strategic Marketing Strategic Areas Department	La primera actividad consistió en una reunión en que se presentó el modelo de negocios asociativo del consorcio Parma Alimentare. La segunda actividad fue una visita a la planta experimental procesadora de tomates. En ella las empresas pudieron observar la forma de realizar análisis de los productos, antes de salir al mercado, de	08/06/2015

				manera de asegurar los estándares de calidad requeridos en los productos. La visita a la planta experimental procesadora de tomates permitió a las distintas empresas participantes entender la importancia de estandarizar procesos y procedimientos para crecer de manera controlada.	
Pabellón de la Lombardía en Expo Milán	Milán, Italia	Encuentros Institucionales y mesa redonda sobre el marco agroalimentario de la Lombardía	Mónica Luxa Promo Strategic Marketing Strategic Department Areas	Acercamiento a la institucionalidad comunitaria, concretamente se aprendió sobre los distintos controles de acceso para los productos como trazabilidad, denominación de origen y etiquetado.	09/06/2015

Parco Tecnológico Padano	Milán, Italia	Reunión en Parco Tecnológico Padano (PTP): la investigación, la tecnología y los servicios PTP Visita guiada a las instalaciones de PTP y sus alrededores. Visita a Cascina Baroncina: Sector lechero del Mañana Visita de campo, demostración y presentación de la compañía. Visita guiada a "La agricultura del mañana" Trending tecnologías para el Procesamiento de Alimentos Ronda con 10 Empresas Italianas B2B Redes y Matchmaking. Internacionalización de la empresa agroalimentaria presentación realizada por Stefano Nigro, jefe del departamento de promoción de inversiones, invertir en Lombardía.	Andrea Vallan Project Developer	Se conoció una pequeña planta lechera demostrativa y una planta de proceso quesero con alta productividad. Lo interesante de esta visita fue conocer la alta productividad alcanzada en la producción de leche, mediante el reconocimiento de puntos críticos y la aplicación de tecnología en ellos. Por ejemplo, tenían mediciones de los distintos compuestos del alimento, con la finalidad de que al mezclarlos estos se mantuvieran homogéneos (se medía también la homogeneidad del alimentos en distintas muestras aleatorias) así al mantener la alimentación	10/06/2015
--------------------------------	---------------	--	--------------------------------------	---	------------

				constante en nutrientes, las vacas producen cantidad y calidad constante de leche. Aplicando tecnología a los puntos críticos pudieron transformar esta granja en altamente productiva.	
Visita a Eataly	Milán, Italia	Mercado de productos gourmet, las empresas participantes observaron nuevos envases y productos innovadores.	Marco Piarulli	Fue muy interesante entender el trasfondo y significado que tiene la empresa. Conocer sobre el trabajo en conjunto con diferentes cooperativas.	11/06/15
Feria Expo Milán	Milán, Italia	Foro Internacional organizado por Eurochile “Desafíos de la Productividad e innovación en las Pymes de América Latina” ¿cómo las redes, clúster y otros tipos de organizaciones pueden ayudar a superar las barreras actuales?		Las herramientas que dispone la UE entregadas en el foro, desde donde surge la idea asociativa de generar un producto en conjunto entre los beneficiarios del proyecto.	11/06/15

Participación en conferencias y encuentros b2b.	Milán, Italia	Organizada por la Red Enterprise Europe Network con 276 participantes de 36 países, 42 empresas Chilenas inscritas en la Rueda con 79 reuniones sostenidas, 242 participantes que participaron en 643 reuniones bilaterales 589 reuniones internacionales (92,6%)	Manuela Caruz Directora Red EEN	Cada empresario pudo seleccionar empresas que fueran de su interés y tener reuniones de 15 minutos con cada una de ellas.	12/06/15
---	---------------	---	------------------------------------	---	----------

2.1 Indicar si hubo cambios respecto al itinerario original

Solo se cambió el itinerario del día jueves 11/06/2015. En la mañana estaba contemplada una visita a la Expo Milán y se cambió por una visita al Mercado Eataly. Visita muy productiva para los empresarios y empresarias gourmet.

Como lo mencionan en su página web, y lo explicaron en la visita, el nombre Eataly es la fusión de dos palabras, Italia y comer (comida italiana). Ellos quieren mostrar su excelente cocina mediterránea, su cultura y su historia culinaria. Es un espacio de venta de productos de la industria alimenticia, con productos frescos, como frutas, hortalizas, quesos y embutidos, productos envasados gourmet; café, mermeladas, cremas, aceite, entre otros. Utensilios, como moldes y recipientes y alimentos preparados en varios puestos de restaurantes. Se define como “la comida italiana viva”. Su objetivo es demostrar que productos de alta calidad pueden estar disponibles para todos, con fácil acceso. Además Eataly muestra las caras, los métodos de producción y la historia de las personas y empresas que conforman lo mejor de Italia en alimento. Por ejemplo la persona que prepara la mozzarella y la burrata está presente en el local entregando el producto fresco.

La marca Eataly nació reuniendo a un grupo de pequeñas empresas que trabajan en diversos sectores, de la gastronomía; la famosa pasta de trigo duro del Piamonte, el agua de Los Alpes, el vino de Piamonte y Véneto, aceite de Riviera di Ponente, carnes y quesos de la tradición italiana.

Desde su creación, en Turín se abrió la primera tienda en 2007, Eataly, tiene lo mejor de la artesanía italiana a precios razonables, mediante la creación de una relación directa entre el productor y el distribuidor e inspirado por conceptos como; sostenibilidad, compartir y responsabilidad.

3. Indicar el problema y/o oportunidad planteado inicialmente en la propuesta

La propuesta planteaba como problema, la ausencia en Chile, de tecnologías que permitan mantener la calidad y autenticidad del producto elaborado, al pasar desde una producción de pequeña escala, a mayores volúmenes de producción. Muchas experiencias muestran que el aumento de volúmenes de producción, también trae problemas asociados a la distribución y comercialización de sus productos.

La oportunidad detectada tenía que ver con la posibilidad de conocer tecnologías innovadoras pertinentes a esta situación y también la posibilidad de conocer in situ el saber hacer italiano en productos gourmet, para aportar valor agregado a sus productos y territorios.

Italia fue escogida por su reconocimiento mundial en tradición y saber hacer culinario. El país presenta un gran número de denominaciones de origen (DO) que acreditan la calidad de sus productos (más de la mitad de las DO europeas son italianas) lo que sumado a una estrategia de promoción “Made in Italy” garantizan que sus productos sean muy valorados en el mundo.

En la propuesta se citaba el estudio elaborado por el USDA¹, que destaca el modo de pensar de los productores italianos, lo que es un ejemplo a seguir para muchos países: “los italianos asumen que no se debe competir en cuanto a precio, -se refiere con

¹ USDA Foreign Agricultural Service GAIN Report, Italy Trade Policy Monitoring Marketing Italy's Agro-Food Products -- The "Made in Italy" Strategy, 2007

productos de otros países-, en lugar de ello, la estrategia a seguir es proporcionar una inmejorable calidad en todos los aspectos, que motive al consumidor a preferir pagar un poco más y obtener la calidad deseada”. Además señala que los productores italianos intentan diferenciar y destacar sus productos no sólo con la calidad, la denominación de origen o la zona geográfica, sino que cualquier aspecto puede servir para diferenciar la exclusividad, lo que además es acompañado por etiquetas que destacan claramente que se trata de artículos italianos en cualquier lugar del mundo.

4. Indicar el objetivo de la gira de innovación

“Prospectar experiencias de innovación tecnológica y de saber hacer de empresas europeas, que han mantenido los estándares de calidad y autenticidad al cambiar su escala de producción desde un nivel artesanal a industrial, de modo de contribuir en la competitividad y productividad de un grupo de PYMES de alimentos gourmet chilenos”.

5. Describa clara y detalladamente la o las soluciones innovadoras encontradas en la gira

La Gira que se propuso visitas a distintas organizaciones y empresas de las regiones de Lombardía y Emilia-Romaña y se organizó de manera que los participantes de la gira tuvieran una experiencia integral tanto mediante el conocimiento del tejido de organismos que fomenta la innovación albergados en el Parco Tecnológico Padano y el Consorcio Parma Alimentare complementado con visitas a empresas reconocidas por la producción gourmet desde la producción de la materia prima, pasando por la transformación y comercialización; para terminar con la participación en la FERIA ExpoMilán de modo de conectarse con distintas empresas del mundo entero, vinculadas a la producción de alimentos gourmet.

Aun cuando las PYMES pertenecen a distintos subsectores del área agroindustrial, todas tienen en común la necesidad de prospectar experiencias de innovación en tecnologías europeas, que les permitan conservar estándares de calidad, al cambiar la escala de producción artesanal a industrial. Las PYMES que participaron de esta gira, dados estos volúmenes intermedios entre la producción artesanal y la industrial, requerían conocer maquinaria, equipos, software, etiquetado, packaging, comercialización y otros servicios.

Las empresarias y empresarios participantes en la gira:

- i. Conocieron una variada oferta de maquinarias y equipos para sus procesos productivos; tales como cortadoras, mezcladoras, licuadoras, así como envases, etiquetados y elementos de packaging, entre otros. La información básica se adjunta en el anexo correspondiente.
- ii. Visitaron centros demostrativos donde conocieron como operaban las maquinarias in situ, conocieron nuevas técnicas productivas y laboratorios especializados y apreciaron las condiciones de inocuidad alimentaria y protocolos de inocuidad de alto estándar en Visita al Parque Tecnológico del Padano y al Consorcio Parma Alimentare.
- iii. Conocieron modelos de negocios asociativos y vinculados al territorio y las ganancias que ello conlleva para los pequeños productores.
- iv. Aprendieron la importancia y beneficios de las denominaciones de origen y los rigurosos requisitos que esta modalidad impone.

- v. Conocieron ferias y espacios de comercialización de calidad mundial como el mercado Eataly de Milán, el Mercado Metropolitano de Milán y la Feria Expo Milán.

Por último, y no por ello menos importante, es importante resaltar el alto nivel de asociatividad que se generó entre la mayor parte de los participantes en esta gira. Siguen en contacto permanente, a través de redes sociales, se han asociado para participar en conjunto en ferias y exposiciones, difunden nuevos proyectos y programas entre ellos y se apoyan en postulaciones a concursos y desarrollo de nuevos negocios. Así mismo han explorado posibilidades de encadenamientos productivos entre ellos.

Algunas empresas se han acercado a ProChile para conocer más sobre la forma de exportar y cuáles son los pasos a seguir.

6. Indique la factibilidad de implementar en el país la o las soluciones innovadoras encontradas en la gira

- i. Aunque posiblemente por el tamaño y nivel de desarrollo de las empresas participantes, todavía estos adelantos no están al alcance de la mayoría de las empresas ya que carecen de recursos financieros y de recursos humanos para utilizarlos, su conocimiento sí les marca una ruta posible.
- ii. La potenciación de los conocimientos adquiridos, dependerá, en gran medida, de la existencia de programas públicos que apoyen las iniciativas que surjan de estos nuevos conocimientos. Por ejemplo hubo varios productores que se interesaron en la denominación de origen, pero este proceso requiere una mirada productiva territorial, que necesariamente debe tener un carácter público privado, así como el rescate y protección de productos y saber hacer ancestrales.
- iii. En relación a las experiencias de comercialización visitadas, es factible implementar en alguna región, incluso en la metropolitana, un espacio como el Mercado Metropolitano de Milán, o un Eataly de menor escala, adaptado a las condiciones, cultura e idiosincrasia del país.

La experiencia que está desarrollando Carlos Von Mühlenbrock, guiando y capacitando a muchos de estos productores gourmet, podría ser robustecida con iniciativas de formación y capacitación y espacios comunes de producción, donde los productores podrían desarrollar al menos parte de sus procesos productivos utilizando maquinarias en forma asociativa. Ej, cortadoras, envasadoras, etc.

7. Indique y describa los contactos generados en el marco de la realización de la gira de innovación

Nombre del contacto	Institución a la que pertenece	Descripción de su trabajo en la institución	Teléfono	Correo electrónico	Dirección
Mónica Luxa Promo Strategic Marketing Strategic Areas Department	Promos Milán	Promos es la Agencia Especial de la Cámara de Comercio de Milán para la promoción de las actividades nternacionales. Es una entidad especializada que opera en el ámbito de la internacionalización y comercialización local con dos objetivos principales: El apoyo a la ompetitividad y el desarrollo de empresas en Lombardía en los mercados extranjeros El fortalecimiento de la capacidad del sistema de negocios de Milán y Lombardía para atraer inversiones y recursos del extranjero.			

		En la búsqueda de sus objetivos, Promos ha puesto en marcha una red de 10 oficinas en el extranjero para establecer una presencia en los principales mercados internacionales y la promoción de Milán y Lombardía.			
Andrea Vallan Project Developer	Parco Tecnológico Padano	El PTP es un parque científico y tecnológico que ha estado operando durante más de 10 años en los campos de la agricultura y la alimentación, la bio-economía y las ciencias de la vida. El PTP lleva a cabo la investigación se centró en la innovación y creación de valor para las cadenas de producción. El PTP ha desarrollado más de 90 proyectos de investigación y desarrollo nacional e internacional (incluyendo 11 proyectos de secuenciación			

		del genoma), presta servicios a más de 100 empresas y ha creado una red que se extiende a más de 40 países, llegando a más de 500 instituciones de investigación y 650 empresas. Junto a la investigación y los servicios, el PTP apoya la creación de nuevas empresas a través de sus incubadoras y aceleradoras de negocios. Son más de 40 las empresas nuevas apoyadas			
Marco Piarulli	Eataly	Eataly es un supermercado de la comida italiana. Tienen como objetivo ofrecer lo mejor de la comida italiana a tantas personas como sea posible y demostrar que la alta calidad, está disponible para todos.			
Manuela Caruz Directora Red EEN		La Fundación Empresarial Eurochile fue una iniciativa pionera de la Comisión			

		Europea y el Estado de Chile. Eurochile comenzó a funcionar oficialmente el 12 de marzo de 1993, con una ceremonia en la que el entonces Presidente de Chile, Patricio Aylwin, y el de la Comisión Europea, Jacques Delors, firmaron un compromiso mutuo de cooperación y trabajo conjunto en beneficio de las pymes. La fundación sirve de puente entre Chile y los países miembros de la Unión Europea; un puente por el que transitan iniciativas empresariales, colaboraciones tecnológicas e intercambios de experiencias beneficiosas para ambas partes. Este concepto de mutuo beneficio es el que hoy se está imponiendo en la relación entre la Unión Europea y América Latina. Para cumplir con su rol de conexión, Eurochile ha desarrollado múltiples			
--	--	---	--	--	--

		plataformas, ha facilitado decenas de acuerdos de cooperación, y ha accedido a programas y redes europeas y latinoamericanas de gran alcance. Se han aprovechado al máximo las oportunidades de diálogo y de colaboración con empresarios, autoridades locales e instituciones europeas. Y para ello se han trabajado las cuatro líneas de acción principales en las que Eurochile ha contribuido a través de sus proyectos: 1.- Promoción de negocios desde y hacia Europa para comunicar a las empresas las oportunidades y herramientas que permitan generar negocios con Europa y viceversa para incrementar y facilitar la concreción de vínculos comerciales. 2.- Innovación conjunta chileno-europea para apoyar a las pymes en innovar sus productos, servicios, procesos y modelos de negocios. En este sentido, Eurochile se ha			
--	--	--	--	--	--

		convertido en un puente para la venida de especialistas europeos, capaces de transferir conocimientos y convertirlos en innovaciones en nuestro país sobre todo en los rubros de alimentos, turismo y manejo de energías. 3.- Generación de polos de desarrollo territorial para generar distintos tipos de asociatividad empresarial, acuerdos colaborativos público-privados y encadenamientos productivos locales, regionales, nacionales e internacionales de las pymes chilenas y europeas. Todo esto a través de la transferencia de conocimientos de expertos nacionales e internacionales, participación en ferias, ruedas de negocios, encuentros empresariales e institucionales, seminarios, pasantías y redes. Esto ha contribuido a reducir las desigualdades entre pymes y grandes empresas, a mejorar			
--	--	---	--	--	--

		la productividad, la innovación y la competitividad de las pymes para que avancen en su proceso de internacionalización. 4.- Apoyo a las relaciones institucionales entre Chile, Latinoamérica y la UE para mantener y desarrollar colaboraciones y dialogo institucional con organismos e instituciones de interés.			
--	--	---	--	--	--

8. Indique posibles ideas de proyectos de innovación que surgieron de la realización de la gira

1. Comercialización conjunta
2. Asociatividad, para adquirir insumos y materias primas
3. Creación de red de colaboración
4. Centros Tecnológicos Demostrativos

9. Resultados obtenidos

Resultados esperados inicialmente	Resultados alcanzados
1. Prospección de tecnologías del exterior, su adaptación y aplicación en empresas locales del mercado Italiano del mismo rubro que las pymes participantes agrupadas en esta gira. 2. Conocer la tradición y trayectoria culinaria italiana, el cómo han adaptado y aplicado las tecnologías, buenas prácticas y mejoras en términos de maquinaria, líneas de procesos, equipos, software, insumos; así como también en etiquetado, packaging, canales de comercialización y marketing. 3. Conocer cómo distintas instituciones trabajan en conjunto bajo un modelo de red, conformado por universidades, centros de investigación, organismos gubernamentales y empresas, en post de un proceso continuo de innovación. En el Parco Tecnológico Padano los participantes de la gira podrán conocer el funcionamiento de una entidad líder en innovación, que alberga organizaciones relacionadas al sector agrícola biotecnológico, universidades, centros de investigación, plataformas tecnológicas, incubadoras y	1. Se prospectaron tecnologías italianas posibles de aplicar a empresas chilenas del rubro, sin embargo sus costos son aún elevados para el tamaño de producción y nivel de ventas de las empresas chilenas participantes en la gira. 2. Se conoció y apreció la tradición y trayectoria culinaria italiana, sus buenas prácticas y saber hacer. Este conocimiento se obtuvo tanto en las visitas al Parque Tecnológico del Padano y el Consorcio Parma Alimentare, como en las visitas al mercado Eataly y al mercado Metropolitano de Milán, dos hitos de comercialización de productos gourmet y agroalimentarios. 3. Visitar estos lugares significó, para los participantes, un cambio de paradigmas respecto al “como hacer”, en la producción, gestión y comercialización, tanto en su propia empresa, como en redes de productores y en los territorios.

aceleradoras de proyectos de investigación. Se visitarán las instalaciones y se conocerán distintos proyectos de investigación en el sector alimentos además de la presentación actividades de Investigación y Desarrollo. En el consorcio Parma Alimentare los participantes, podrán conocer el consorcio de Parma fundado en 1976, cuya misión es difundir en el mundo el conocimiento del sector agroalimentario de Parma para el uso correcto de las producciones con el fin de obtener los mejores resultados de la buena y sana comida. Este objetivo se lleva adelante gracias a la creciente cooperación entre las empresas y las instituciones.

4. Italia es un país que se ha posicionado a nivel mundial como un referente de la tradición culinaria vinculada al territorio. La mitad de las Denominaciones de Origen Europeas son italianas, lo que da cuenta de la valoración de los distintos alimentos producidos y transformados en una zona geográfica particular, bajo ciertos estándares de producción. Este concepto de valor agregado asociado a la territorialidad de la producción es un elemento que se espera transmitir al grupo de pymes que si bien, no todos son productores, podrán transmitir a sus proveedores que en gran medida pertenecen a la pequeña y mediana agricultura,.

4. Especialmente significativo para los participantes fue el concepto de denominación de origen y apreciar el valor agregado que esto significa, así como la responsabilidad y conciencia que cada productor debe tener para respetar esta denominación. Se percibe un gran interés en desarrollar este tipo de innovaciones a nivel de la producción nacional.

10. Actividades de difusión de la gira de innovación

Fecha (día/mes/año)	Tipo de actividad (charla, taller de discusión de resultados y/o publicación)	Tipo de participantes (indicar hacia quien está orientada la actividad)	N° de participantes
28/05/2015	Taller Informativo: Presentación Programa Misión Empresarial a Europa"	Pymes participantes en el proyecto	35 personas (empresarios y empresarias PYME, profesionales de las instituciones de apoyo y profesionales Eurochile)
13/07/2015	Taller de cierre :“Intercambio de Experiencias Europeas: Oportunidades de Crecimiento”	Pymes participantes en el proyecto y Pymes invitadas, profesionales Eurochile	22 representantes de Pymes, 8 productores y profesionales y directivos de Eurochile

11. Indique cualquier inconveniente que se haya presentado en el marco de la realización de la gira de innovación

No se presentaron inconvenientes

ANEXOS

Anexo 1: Documentos técnicos recopilados en la gira de innovación

Anexo 2: Material audiovisual recopilado en la gira de innovación

Anexo 3: Lista de participantes de la actividad de difusión, indicando nombre, apellido, entidad donde trabaja, teléfono, correo electrónico y dirección

Anexo 4: Material entregado en las actividades de difusión