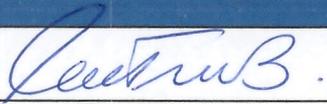


FORMULARIO INFORME TECNICO

GIRAS DE INNOVACIÓN 2017

Nombre de la gira de innovación
Gira de prospección de programas exitosos en la valoración y promoción del consumo de lácteos, como estrategia de desarrollo de mercado
Código FIA
GIT-2017-522
Fecha de realización de la gira
22/10/2017 al 29/10/2017
Ejecutor
Corporación Consorcio Lechero
Coordinador
Consuelo Fuentes Bustos
País (es) visitado (s)
Inglaterra, Irlanda e Irlanda del Norte
Firma del coordinador


OFICINA DE PARTES 1 FIA RECEPCIONADO	
Fecha	11 DIC 2017
Hora	16:45
Nº Ingreso	44982

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

Identificación de los participantes de la gira de innovación

Nombre y apellido	Entidad donde trabaja	Profesión, especialización	Correo electrónico	Teléfono	Dirección
José Luis Delgado Morales	Asociación de Productores Lecheros de la Región de los Ríos (APROVAL)	Director Ejecutivo			
María Catalina Errazuriz Alamos	Comercial de Campo	Subgerente de Marketing			
Guillermo Alberto Iturrieta Cattán	Asociación de Exportadores de Lácteos (Exporlac)	Gerente General			
Víctor Manuel Esnaola Lewis	ODEPA	Sectoralista rubro lechero			
Consuelo Fuentes Bustos	Consortio Lechero	Coordinadora de programa			
Paulina Cecilia Carrasco Gorman	Productora de leche Fundo San Javier de La Unión	Administradora de lechería			
Jan Schrott Músdshagen	Productor de leche Fundo San Javier de Máfil	Administrador de lechería			
Daniela Muñoz Flores	Fundación para la Innovación Agraria	Ingeniero Agrónomo			

Itinerario realizado en la gira de innovación

Entidad institución/empresa/ 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/año)
Dairy UK	Londres, Inglaterra	Reunión con el equipo del área de Nutrición y Salud Pública de Dairy UK, y también con el equipo de Nutrición de The Dairy	Luisa Candido, Technical and Nutrition Manager Erica Hocking, Senior Nutrition Scientist	Acciones a nivel político y público para mejorar el posicionamiento de los lácteos en	24/10/2017

		Council		la dieta de los ingleses	
Moorepark, Teagasc	Fermoy, Irlanda	<p>Primera parte: reunión con área productiva del centro de investigación.</p> <p>Segunda parte: reunión con gerente de la planta piloto de elaboración de lácteos MTL y luego visita a la planta.</p>	<p>Pat Dillon, Head of Animal & Grassland Research and Innovation Programme</p> <p>John Hunter, Chief Executive Officer, MTL.</p>	<p>Primera parte: Sistema de producción de leche en Irlanda y estadísticas.</p> <p>Segunda parte: Implementación y funcionamiento de la planta piloto de elaboración de lácteos MTL (Moorepark Technology Limited).</p>	25/10/2017
Origin Green, BordBia	Dublin, Irlanda	Reunión con equipo de Origin Green	Irene González, Origin Green Development Team Executive	<p>Presentaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Programa Origin Green en sector lácteo - Trabajo de Origin Green a nivel predial - Trabajo comunicacional y de marketing 	26/10/2017
retail tour	Dublín, Irlanda	Tour por diferentes supermercados y puntos de venta de lácteos de la ciudad de Dublín.	Realizado por los participantes de la gira	Observar la presentación de productos lácteos en góndola para consumidores	26/10/2017
Global Dairy Platform	Belfast, Irlanda del Norte	Participación en la reunión anual de marketing de la organización Global Dairy Platform	Reunión abierta	<ul style="list-style-type: none"> - Estudio de valoración de lácteos a consumidores - Mapa del 	27/10/2017

				<p>mensaje relevante de los lácteos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tipos de detractores - Formas de comunicación del mensaje 	
Comité de Marketing de la IDF	Belfast, Irlanda del Norte	Reunión tipo "seminario" donde estuvieron presentes algunos miembros del Comité de Marketing de la IDF	Mike Johnston, Director Ejecutivo, Dairy Council Northern Ireland	<p>Se expusieron diferentes programas y campañas de marketing genérico de lácteos de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - EMF - CNIEL - Dairy Australia - Danish Dairy Board 	28/10/2017
Dairy Farmers of Canada	Belfast, Irlanda del Norte	Reunión con encargada del programa de Nutrición de DFC	Isabelle Neiderer, Directora Departamento de Nutrición	Programas y acciones para mejorar la valoración de los lácteos de la perspectiva de la nutrición.	28/10/2017

1 Indicar si hubo cambios respecto al itinerario original

La primera actividad del itinerario (Retail tour en Londres) debió ser suspendida debido a un atraso en el vuelo de ida. Llegamos a Londres a las 19.00 horas del día lunes 23 de octubre, cuando al plan contemplaba llegar a las 10.00 am del mismo día.

La reunión con Dominique Poisson de CNIEL se integró al seminario del Comité de Marketing de la IDF.

La reunión con Isabelle Neiderer de Dairy Farmers of Canada también sufrió un cambio respecto al itinerario original debido a problemas de horario de la Sra Neiderer, por lo tanto no pudo participar todo el grupo de la gira, pero sí se realizó y participaron Consuelo Fuentes (Coordinadora de la gira) y Octavio Oltra del Consorcio Lechero.

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

La cadena láctea de Chile representa un importante motor para la economía nacional y un actor relevante en el desarrollo de las zonas rurales, particularmente, en la zona sur y centro sur del país.

En Chile, más del 50% de las vacas lecheras corresponden a medianos agricultores, mientras que aproximadamente el 23% corresponde a pequeños agricultores (Fuente, INE 2013).

Para el Consorcio Lechero, existe una gran oportunidad de desarrollo de la cadena láctea que posicionaría a Chile en el mercado lácteo global como un país lechero desarrollado. Sin embargo, este desarrollo sólo es posible desde el marco de la sustentabilidad en sus tres pilares ambiental, social y económico.

Para favorecer la sustentabilidad económica del sector lácteo nacional, hace falta potenciar el desarrollo de los mercados, tanto a nivel interno, como de exportación. Por esta razón, el Consorcio Lechero estableció en 2016 los programas Pro Consumo o “Gracias a la Leche” y Pro Exportación.

Tomando en cuenta el consumo de lácteos como un indicador del desarrollo del mercado interno, observamos que en países desarrollados el consumo supera los 250 L per cap. anuales. Por ejemplo, en Europa y Estados Unidos el consumo de lácteos sobrepasa los 270 L y 258 L per cap. al año, respectivamente (FAO Food Outlook, mayo 2014). Por otro lado, nuestros países vecinos tienen consumos de 200 L en Argentina y 220 L en Uruguay, mientras que Brasil supera los 160 L. En Chile, hoy en día el consumo de lácteos es de aproximadamente 145 L per cap. al año, por lo que existe una clara brecha con los 180 litros que la FAO indica como la recomendación de la mayoría de los países, existiendo un claro potencial de aumentar esta cifra, por ejemplo mediante el aumento de consumo de productos lácteos con valor agregado como el queso, queso fresco y yogurt.

Como institución, tenemos la meta de incrementar el consumo de productos lácteos en el mercado interno, con la intención de hacer al sector más sustentable, lo cual tiene además un importante impacto en la salud de la población según lo expresan organismos internacionales.

El Programa Gracias a la Leche cuenta con un Comité formado por profesionales de empresas o instituciones públicas y privadas del sector lácteo: Nestlé, Soprole, Prolesur, Watts, Colun, Comercial de Campo, Aproval, Exporlac, Odepa y Universidad de Chile. El Comité determinó que la captación de experiencias internacionales sería un paso fundamental en la concreción de los objetivos del programa: construir un relato que mejore la valoración de los lácteos nacionales; y generar un sistema de respuesta a las amenazas que enfrentan los productos lácteos y la industria.

Indicar el objetivo de la gira de innovación

Captar las estrategias y tecnologías empleadas en diversas iniciativas que aportan a la valoración de los lácteos, desarrolladas en países de amplia trayectoria en el sector.

En específico se espera: identificar elementos que agreguen valor al relato de los lácteos chilenos, recolectar antecedentes que nos permitan definir el público objetivo para nuestras acciones, identificar maneras de enfrentar las amenazas contra los lácteos y generar vínculos con las instituciones visitadas.

Describe clara y detalladamente la o las soluciones innovadoras encontradas en la gira

Desde una perspectiva general, las experiencias conocidas en la gira nos permitieron reconocer que para ser eficaces en mejorar la valoración de los lácteos genéricos, es necesario abarcar 3 pilares de trabajo:

1. **Marketing:** utilizar el marketing como herramienta para comunicar el valor de los lácteos al consumidor. Valores que pueden estar relacionados a la nutrición y salud de los consumidores, pero también a la sustentabilidad medio ambiental, al desarrollo de la actividad agrícola, al crecimiento económico del país, a la vinculación con la tradición, los hábitos y las emociones, etc. En esta área de trabajo el público objetivo es el consumidor final y según su perfil (edad, género, origen, generación, etc.) y sus intereses se pueden segmentar en diferentes grupos, lo que permite diseñar campañas específicas para llegar a ellos con mayor precisión en el mensaje. Por otro lado, las experiencias de las organizaciones visitadas, permitieron entender que la principal amenaza en esta área de trabajo es la desinformación del consumidor y que la principal medida estratégica para mitigar las permanentes amenazas que enfrentan los lácteos es entregar información positiva y constante respecto a los beneficios de los lácteos.

Nutrición: Los lácteos como alimentos, es fundamental que sean reconocidos por su valor nutricional y su aporte a la salud de las personas, y que este mensaje provenga desde los líderes de opinión en cuanto a salud. Por lo que se hace necesario un trabajo de vinculación con profesionales del área de la salud tanto nacionales, como internacionales, que permita acercar la contundente evidencia científica que existe respecto al valor nutricional de los lácteos a todos los profesionales del área de la salud y de esta forma acercar la ciencia a los consumidores. En esta área de trabajo el público objetivo son los profesionales de la salud (nutricionistas, dentistas, enfermeras, pediatras, gastroenterólogos y otros), ya sea a través de organizaciones, asociaciones, universidades, etc. La gira permitió detectar la necesidad de acercar a ellos de forma periódica las más recientes investigaciones científicas en materia de nutrición y salud al consumir lácteos dentro de una dieta saludable.

3. **Comunicación con Autoridades:** Como complemento de lo anterior, es fundamental que las autoridades también reconozcan el valor de los lácteos y la importancia de ellos en la salud pública. De esta manera se detectó la necesidad de crear un área de trabajo cuyo público objetivo sean las autoridades del país, quienes se consideran influyentes directos o indirectos en la promoción del consumo de lácteos. Contar con un plan de acción en esta área permitirá minimizar los riesgos de que los beneficios de los lácteos sean mal entendidos o no tomados en cuenta entre quienes son tomadores de decisiones de políticas públicas.

El programa Gracias a la Leche se ha propuesto el desafío de mejorar la percepción de los lácteos por parte del consumidor. Para lograr este objetivo, la gira permitió detectar la necesidad de desarrollar una estrategia a mediano plazo que incluya al menos los siguientes puntos clave:

1. Usar una metodología clara y definida para cada acción que se implemente, con objetivos específicos e indicadores medibles
2. Para lograr alta credibilidad y conseguir seguidores debemos considerar:
 - Amplia participación de actores (por ejemplo: ONGs, universidades, centros de investigación, sector público, etc.)
 - Sistema de medición y seguimiento de lo que se comunica, tener datos duros, por ejemplo: huella de carbono sector lechero de Chile
 - Auditoría externa o verificadores externos, lo que implica que cuando se hable de aspectos positivos del sector el vocero sea ajeno al sector productivo (especialmente en temas nutricionales y medioambiente)

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

La gira es una acción estratégica dentro de un programa que está en ejecución por parte del Consorcio Lechero, con presupuesto asignado lo que incluye un profesional contratado (coordinadora), y el comité que dirige este programa está constituido por profesionales con vasta experiencia en comunicación y marketing que representan productores lecheros, instituciones públicas y a las empresas procesadoras más importantes del sector. De esta forma se asegura que las experiencias y conocimientos obtenidos durante la gira serán utilizados e integrados en las acciones del programa de valorización de lácteos que se está proyectando.

La información recogida en la gira permitió generar una propuesta para dar inicio al plan de acción de este programa, la cual fue validada en el taller de difusión de la misma y también internamente en el Comité Gracias a la Leche. Lo que significa que el Consorcio Lechero ha definido 3 áreas de trabajo dentro del programa Gracias a la Leche: Nutrición, Marketing y Salud, y el siguiente paso será generar una agenda de trabajo para cada área y generar redes de contactos y acciones según el público objetivo de cada una.

Estarán a disposición del trabajo todos los contactos generados y las ideas creativas de campañas y programas captadas durante la gira.

Es importante mencionar que también se corroboró la necesidad de levantar datos actuales y concretos respecto a la percepción de los lácteos por parte del consumidor chileno, lo cual servirá de base para definir indicadores, metas y el enfoque de la estrategia para cada área.

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
Erica Hocking	The Dairy Council	Nutricionista Senior			
Guía Candido	Dairy UK	Coordinadora técnica y de nutrición			
Pat Dillon	Moorepark Teagasc	Director del programa de investigación e innovación en rebaño y praderas			
Gene Gonzalez	Origin Green BordBia	Ejecutiva de desarrollo de equipo			

Mike Johnston	Dairy Council Northern Ireland	Director Dairy UK Irlanda del Norte			
Isabelle Weiderer	Dairy Farmers of Canada	Directora Departamento de Nutrición			
Christine Beighton	Milk South Africa Chair IMP group	Coordinadora de proyecto educación del consumidor			

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

Estudio de valoración de lácteos en Chile: Durante la gira se corroboró la necesidad de levantar datos actuales y concretos respecto a la percepción de los lácteos por parte del consumidor chileno, lo cual servirá de base para definir indicadores, metas y el enfoque de la estrategia.

Desarrollo de una estrategia de marketing en redes sociales para la valoración de los lácteos en Millenials: Uno de los grupos importantes de alcanzar para comunicar los beneficios de los lácteos y aumentar la valoración que tienen de estos alimentos, son las personas que pertenecen a la generación llamada Milenials. La información que se maneja en el mundo y también en Chile, es que esta generación es difícil de alcanzar a través de medios comunes como prensa o televisión pues usan como principal fuente de información las redes sociales e internet. Estudios realizados en Francia muestran que incluso las redes sociales más populares como Facebook o Instagram pueden tener poca penetración para este tipo de comunicación si el mensaje no está ligado al interés del consumidor objetivo, por lo cual han tenido que desarrollar estrategias para llegar y trabajar con grupos de interés para poder alcanzar una comunicación entre pares o entre grupos de interés. Este tipo de estrategia de comunicación y marketing sería muy innovadora para el rubro alimentos en Chile y podría ser una vía para lograr mejor llegada a este grupo de consumidores.

Seminario "Dairy Matrix" en Santiago 2018: Dairy Matrix es un concepto nuevo que se sustenta en evidencia científica reciente, que demuestra que los productos lácteos como alimento tienen un aporte nutricional mayor que el de sus nutrientes por separado. Durante la gira se estableció contacto con algunos especialistas en el tema. De esta forma surge la oportunidad de traer a algunos expertos a Chile y montar un seminario en Santiago durante 2018 que permita entregar información a los profesionales de la salud nacionales respecto a este nuevo concepto de Dairy Matrix.

Gira Nutrición y Sustentabilidad: Uno de los principales motivos de ataque contra los lácteos es el impacto medioambiental que genera la producción de leche. El sector lácteo a nivel global ha estado trabajando comprometido con la sustentabilidad, así como en 2016 se firma el acuerdo de Rotterdam entre FAO e IDF, y se impulsa el trabajo en la temática que relaciona la nutrición con la sustentabilidad, entre otros. Nuevos estudios y análisis han desviado las miradas hacia los lácteos como alimentos sustentables del punto de vista nutritivo, lo cual genera información nueva y muy relevante para el sector. Se han identificado algunas instituciones europeas y norteamericanas que están trabajando en el tema con las cuales creemos necesario estrechar lazos. Por otro lado, el 1 y 2 de febrero de 2018 se realizará en Sevilla un Simposio sobre el rol de los lácteos en la dieta sustentable, donde se expondrá la más reciente información generada respecto a esta temática, al cual

creemos fundamental asistir y generar los contactos para montar un evento similar en Chile.

Seminario “Rol de los lácteos en la dieta sustentable” en Santiago y Puerto Varas 2018: Dado lo anterior, creemos necesario traer a Chile los últimos conocimientos sobre la sustentabilidad nutricional de los productos lácteos.

Resultados obtenidos	
Resultados esperados inicialmente	Resultados alcanzados
<p>Clarificar dudas respecto a cuáles de los elementos identificados y disponibles para la construcción del relato tienen mayor potencial de impacto sobre la sociedad chilena.</p>	<p>En términos generales se obtuvo bastante información sobre las tendencias mundiales de los consumidores respecto a su alimentación incluyendo lácteos, y sobre estrategias aplicadas en otras partes del mundo para enfrentar este desafío. En lo específico la gira permitió conocer y obtener el mapa de mensaje al consumidor desarrollado por Global Dairy Platform, el cual contiene una estrategia de comunicación de valores que el consumidor destaca en los lácteos desde una visión global basada en encuestas a 11 países representativos del mundo.</p> <p>Además se determinó la necesidad de realizar un estudio de percepción de consumidores en la población chilena actual para poder detectar cuales son los elementos específicos de nuestra realidad que se debieran considerar en el relato.</p> <p>Lo anterior nos permitirá guiar nuestro trabajo en el momento de diseñar la estrategia.</p>
<p>Identificar cuáles son los posibles públicos objetivos a quienes dirigir el relato y las otras acciones del programa (políticas públicas, líderes de opinión, mundo científico, publicidades masivas, etc.).</p>	<p>Se detectó la necesidad de abarcar 3 áreas de trabajo diferentes aunque relacionadas entre ellas y cada una de ellas con un público objetivo definido:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marketing: consumidor - Nutrición: profesionales de la salud - Lobby: autoridades <p>El estudio de percepción de lácteos se pretende hacer tanto entre consumidores, como entre profesionales de la salud, y se espera que contribuya a identificar dentro de estos grupos cuales son los perfiles de público objetivo para cada área de trabajo y para cada acción.</p>
<p>Identificar medidas estratégicas para mitigar las permanentes amenazas que enfrentan la leche y los productos lácteos.</p>	<p>Se lograron identificar algunas claves para mitigar las permanentes amenazas que enfrentan los lácteos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Claves del modelo trans teórico de salud: Por un lado, mantener un balance positivo entre los pro y los contra de los lácteos. Es decir, entregar al consumidor mayor información respecto a los pro de los lácteos. Por otra parte, es necesario hacer algo respecto a la tentación y la autoeficacia del

consumidor.

- Es fundamental generar un protocolo de respuesta ante malos entendidos o información errónea en medios oficiales y confiables para el consumidor, que incluya un vocero oficial y reconocido. De la misma manera, excluir del protocolo de acción dar respuesta a información errónea o ataques por medios informales.
- Se reforzó la importancia de incorporar mayor cantidad de actores (tales como: universidades, organizaciones, ONG's, etc) en el proyecto que estén comprometidos con el propósito, ya que como influenciadores contribuyen a la credibilidad del proyecto en diferentes grupos de interés.

0. 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
5/12/2017	Taller de discusión de resultados	La actividad estuvo orientada hacia todos quienes estén interesados en informarse y aportar a un programa de promoción de lácteos en Chile. Consideramos que los interesados en esta temática son principalmente las empresas procesadoras y comercializadoras de lácteos quienes participaron mediante la presencia de sus profesionales de la áreas de marketing y estrategia. También participaron profesionales de la salud (nutricionistas), representantes de productores lecheros, empresas de servicio de la cadena láctea y el sector público a través de ODEPA.	22

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

No hubo ningún inconveniente además de los cambios de itinerario mencionados anteriormente.