



FORMULARIO INFORME TECNICO

GIRAS DE INNOVACIÓN 2016

Nombre de la gira de innovación
Gira a Francia para Mejoramiento de Comercialización de Productos Agrícolas en Ferias Libres
Código FIA
GIT-2016-0420
Fecha de realización de la gira
Fecha inicio: 05/09/2016 Fecha Llegada: 10/09/2016
Ejecutor
ASOF
Coordinador
Luis Solís Plaza
País (es) visitado (s)
Francia
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	Profesión, especialización	Correo electrónico	Teléfono	Dirección
1 Luis Solís Plaza	ASOF	Ingeniero Comercial			
2 René Muñoz	ASOF	Comerciante			
3 Danilo Mondaca	Productor Melipilla	Productor			
4 Gabriela Sepúlveda	ASOF	Comerciante			
5 José María Valdebenito	Productor Melipilla	Productor			
6 Andrés Silva	Why Research Group	Profesor e Investigador			

2. 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)
SIAL Paris	París, Francia	Visita SIAL Paris	Andrés Silva (participante de la gira)	Conocer la forma que otros países están desarrollando productos relativos a frutas y vegetales.	Lunes 17/10/2016



Feria "Place Maubert"	París, Francia	Visitar una feria en la calle, conocer la forma de instalarse, sus instalaciones y productos.	Andrés Silva (participante de la gira)	Entender la diferencia con la organización de una feria permanente. Observar el cierre de la feria y trabajo de los servicios de aseo.	Martes 18/10/2016 7:00am-14:30
Feria "Enfants Rouges"	Francia, Paris 3 Rue de Bretagne	Visitar una feria permanente, conocer sus instalaciones y productos.	Andrés Silva (participante de la gira)	Conocer las instalaciones, soluciones logísticas, tipo de productos y la organización.	Martes 18/10/2016 16:00 - 19:30
Feria "Glacière"	Francia, Paris 13 Rue Glacière / rue de la Santé	Visitar una feria en la calle, conocer sus instalaciones y productos.	Andrés Silva (participante de la gira)	Ver instalación de una feria libre en una calle con espacio.	Miércoles 19/10/2016 7:00am-14:30
Feria libre "Aligre"	Francia, Paris 12 Rue d'Aligre	Visitar una feria permanente, conocer sus instalaciones y productos.	Andrés Silva (participante de la gira)	Conocer las instalaciones, soluciones logísticas, tipo de productos y la organización.	Miércoles 19/10/2016 7:00-14:30
Municipalidad de París	Francia, Paris 12	Visitar el lugar de entrega de	Andrés Silva (participante de la gira)	Entender los requisitos de la municipalidad	Miércoles 19/10/2016



Bureau des marchés de quartier	8 rue de Cîteaux	espacios de venta en ferias		para vender en ferias	14:00 - 16:30
Marché International de Rungis	Francia, Rungis	Ver el funcionamiento de este centro de distribución internacional	Visita guiada de todos los pabellones de Rungis: pescados, carnes, frutas y verduras y flores.	Abastecimiento de las ferias libres en Francia, de mayoristas y restaurantes.	Jueves 20/10/2016 4:30- 7:30
Marchés de gros de France	Francia, Rungis 459 Rue de la Tour - Centra249	Reunión de presentación del funcionamiento	Andrés Silva (participante de la gira)	Conocer al mercado del por mayor en Francia	Jueves 20/10/2016
Feria "Convention"	Francia, Paris 15 Rue Convention / Abbé Groult	Visitar una feria en la calle, conocer sus instalaciones y productos.	Andrés Silva (participante de la gira)	Ver instalación en calle angosta de alto tráfico peatonal. Observar el cierre de la feria y trabajo de los servicios de aseo.	Jueves 20/10/2016 7:00-14:30
Distribución de canasta "AMAP" (asociación para el mantenimiento de una agricultura campesina)	Francia, Paris 14 Château Ouvrier 5 place Marcel Paul	Conversar con los distribuidores de canastas y entender su funcionamiento	Les Lapereaux des Thermopyles http://amap-lapereaux.org/	El "circuito corto" de distribución de frutas y verduras a los hogares	Jueves 20/10/2016 18:30 - 20:00



Fédération des marchés de France	Francia, Paris 3 14 rue de Bretagne	Reunión de presentación del funcionamiento	Andrés Silva (participante de la gira)	Conocer cómo se organiza y se defiende las ferias libres en Francia	Viernes 21/10/2016
Feria "Mouton Duvernet"	Francia, Paris 15 Place Jacques Demy	Observar una feria tradicional, diálogo con los feriantes	Andrés Silva (participante de la gira)	Conocer las instalaciones de la feria libre en una plaza, tipo de productos y la organización.	Viernes 21/10/2016 7:00- 14:30

2.1 Indicar si hubo cambios respecto al itinerario original

No hubo variaciones relevantes respecto al itinerario original.

**Adjuntamos a este informe el programa final de la visita.*

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

La pequeña y mediana agricultura que abastece al mercado doméstico, lo realiza principalmente por el canal ferias libres (USACH, 2008; ODEPA, 2013). En particular el subsector hortícola, en base a estadísticas del Censo Agropecuario del 2007, es dominado por pequeños productores. Según resultados de Reporte del Observatorio de Ferias Libres (2013), en Chile existen 933 ferias que abastecen 70% del mercado de frutas y verduras, lo que indica la importancia de este canal para la seguridad alimentaria, tanto como para el ingreso de pequeños y medianos productores.

Sin embargo, la creciente competencia con el retail amenaza a las ferias del país, y con ello, la comercialización de la producción de productos de la pequeña y mediana agricultura (ODEPA, 2013). El retail (supermercados e hipermercados para los efectos de esta propuesta), entre otros factores, ofrecen facilidades de pagos a sus clientes (tarjetas de crédito bancarias y propias), tienen acceso a lugares de alto tráfico de personas y ofrecen mayor amplitud de horarios. Al menos en la región Metropolitana, este tipo de comercio ha seguido la expansión urbana (USACH, 2008), y su creciente participación en el mercado tiene, al menos, dos consecuencias:

1. En la última década en Chile, el retail está adquiriendo un poder de mercado sin contrapeso. Ello, facilita la imposición de prácticas comerciales que dificultan la entrada de productos de la pequeña y mediana agricultura. Por ejemplo, extensión en los plazos de pagos, imposición de promoción de productos y



externalización de costos a proveedores. Como resultado, la pequeña y mediana agricultura muchas veces se ve excluida de comercializar sus productos en el retail, y con ello, aumenta su brecha con la agricultura comercial. Según resultados de Reporte del Observatorio de Ferias Libres (2013), el fortalecimiento de este canal significa mayor participación en el mercado de la pequeña y mediana agricultura.

2. Los consumidores han visto incrementado el precio de frutas y verduras frescas relativo al precio de la comida alto en grasas, azúcares lo cual es resultado de la industrialización de procesos productivos (Fundación Chile, 2012). Las ferias libres son una fuente de frutas y verduras frescas, particularmente importante para los hogares de bajos ingresos (ODEPA, 2013). El canal ayuda a estas familias a tener acceso a una dieta saludable. Según datos de la Encuesta Nacional de Salud (2009-10), dos de cada tres personas en Chile tiene sobrepeso o son obesos. De acuerdo a la Fundación Chile (2012), siguiendo la tendencia mundial, la población de ingresos bajos y medios en Chile concentra el sobrepeso y obesidad. Con ello, concentra el costo privado (ausentismo y preceptismo laboral, menor rendimiento escolar y laboral) y costo público (aumento en los costos de salud pública). Según estimaciones del Reporte del Observatorio de Ferias Libres (2013), las ferias libres representan 75.244 puntos de ventas de alimentos saludables en Chile.

En consecuencia, las ferias libres cumplen un doble rol en el acceso que se está viendo amenazado por la creciente participación del retail en el mercado. Por un lado, disminuyen la brecha entre la agricultura comercial y la pequeña y mediana agricultura, mejorando el acceso de estas últimas a los consumidores finales. Por otro lado, disminuyen la brecha de acceso a alimentos saludables entre los hogares de altos y bajos ingresos. En resumen, las ferias libres son el canal por el cual la pequeña y mediana agricultura provee a los hogares de bajos ingresos de alimentos saludables. Hemos centrado nuestra propuesta en estos dos roles, sin embargo, no queremos desconocer otros roles como, por ejemplo, ser fuente de empleo para muchos hogares de bajos ingresos y la creciente participación de la mujer. De acuerdo a un estudio de la USACH (2008), 39% de los feriantes ingresa al rubro por cesantía y 48% de las feriantes son mujeres.

Esta creciente competencia con el retail, en muchos aspectos, es similar a problemas que han enfrentado ferias libres en otras partes del mundo. Sin embargo, las barreras de idiomáticas, falta de redes de contacto y de contrapartes técnicas, han resultado en un relativo aislamiento de las ferias libres en Chile con sus pares en Estados Unidos y Europa. Esta propuesta tiene por objetivo solicitar los recursos para hacer una gira de trabajo a Paris (Francia) para aprender de sus experiencias y buscar la posibilidad de establecer vínculos de más largo plazo.

Referencias:



Fundación Chile, GFK, Elige Vivir Sano y Fundación de la Familia. 2012. Chile Saludable: Oportunidades y Desafíos para la Innovación. Volumen 1: 1-47

Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (ODEPA). 2013. Observatorio Canal Feria Libre por Teodoro Rivas: 1-6

Universidad de Santiago de Chile (USACH), Departamento de Tecnología, Departamento de Gestión Agraria. 2008. Estudio para la Caracterización del Canal Feria para la Distribución de Productos Hortofrutícolas en la Región Metropolitana: 1-82

Observatorio Feria Libre. 2013. Características Económicas y Sociales de Ferias Libres de Chile”: Encuesta Nacional de Ferias Libres. Proyecto de Cooperación Técnica FAO – ODEPA – ASOF TCP CHI/3303: “Fortalecimiento de las Ferias Libres para la Comercialización Agroalimentaria”.

4. Indicar el objetivo de la gira de innovación

En el marco de identificar soluciones innovadoras para fortalecer a las ferias libres, y con ello, mejorar su posición de mercado frente a la creciente competencia del retail, la ASOF va a aprender de las experiencias adquiridas en Francia, con un objetivo principal y dos secundarios:

Objetivo Principal de la Gira:

Aprender del proceso de la distribución de canastas de frutas y vegetales en Paris. Una de las alternativas que estudia la ASOF para hacerle frente a la creciente competencia del retail, es implementar un sistema de comercialización similar al implementado por las AMAP en Paris. En este sistema, los hogares contratan anualmente un número determinado de kilos de frutas y verduras, sin especificar sus preferencias (lo que permite tener flexibilidad según la disponibilidad y precios). Hay una serie de desafíos logísticos y de asociatividad en la implementación de una iniciativa de esta naturaleza en Chile. Sin embargo, ideas como estas ya se han puesto en marcha con éxito en Francia. Junto con mejorar el suministro de alimentos saludables en el hogar, los feriantes y agricultores afines estarán asegurando un poder de compra, disminuyendo el riesgo de inversiones y organizando un “circuito corto” de distribución. Para ello, adjuntamos emails de asociaciones de AMAPs dispuestas a recibirnos.

Objetivos Secundarios de la Gira:

1. Conocer la experiencia de ferias libres en Francia, particularmente, aquellos que los feriantes han identificado como los mayores problemas de la actividad. Estos aspectos fueron resumidos en el Reporte del Observatorio de Ferias Libres (2013). Entre otros temas destacan (i) el manejo de basura y aseo, (ii) asociatividad y (iii) servicios sanitarios para los feriantes.



2. Establecer una red de contacto con instituciones del rubro en Francia: La aprobación de esta propuesta es clave para establecer una agenda de trabajo a largo plazo de la ASOF con Why Research Group (www.whyresearchgroup.com) e identificar sus contrapartes en Francia. La ASOF tiene interés en impulsar una serie de proyectos para mejorar la comercialización de frutas y verduras en las ferias libres e incorporar productos de mayor valor agregado. En este sentido, la capacidad de gestión de proyectos de la ASOF, unidos a la capacidad de análisis de Why Research Group en el sector de alimentos y colaboraciones con ferias libres en Francia, se perfila como una alianza futura para fortalecer el canal ferias libres, y con ello, ayudar a darle “tiraje” a la pequeña y mediana agricultura.

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

En París, se aprendió diferentes formas de realizar circuitos cortos entre pequeños productores y consumidores finales. Entre estos, hay dos que encontramos muy innovadores:

Las AMAP Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne, (Asociación para la Preservación de una Agricultura Campesina): son organizaciones ciudadanas, apoyadas por el municipio de París, que buscan que la ciudadanía acceda a productos frescos, idealmente orgánicos, a buen precio. Para esto el consumidor se inscribe en una AMAP y esta lo contacta con un productor. Asimismo, el consumidor vía cheque le paga la compra de una canasta que será entregada una vez a la semana durante un año. Al mismo tiempo, el consumidor se compromete a ir durante dos horas en el año a preparar y distribuir las canastas en el centro comunitario destinado. Además, se compromete a trabajar en la parcela del agricultor durante un día en el año. La dificultad que tiene este formato de distribución es que las canastas son acordes a la producción del productor y no hay forma de elegir lo que viene en ellas.

La Ruche Qui Dit Oui (La Colmena que dijo sí): También son otro tipo de organizaciones ciudadanas que reciben el apoyo del municipio de París. En la organización se contactan diferentes tipos de agricultores y se les invita a ser parte de la “colmena”, siempre que cumplan con una serie de requisitos para ser parte de ella. Entre otros, desarrollar agricultura orgánica, desarrollar comercio justo y contar con los productos que se demandan. Los productores van directamente a entregar los productos, a una hora y día determinados. También hay grupo de voluntarios que apoyan la tarea, donde se genera un momento en el que se comparte y se desarrolla gran sociabilidad entre agricultores y comunidad.

Au But du Champ: Tienda establecida en Paris donde se comercializan frutas y hortalizas frescas (la mayor parte cosechadas en el día). No reciben ayuda de la Municipalidad de Paris y su objetivo es proveer de frutas y verduras de calidad, frescas y orgánicas a los consumidores. Diferente a los dos formatos anteriores, las personas a cargo de la tienda van a buscar directamente sus productos al campo. Otra diferencia que la diferencia de las dos organizaciones anteriores, es que esta corresponde a una empresa privada. Sin embargo, al igual que las organizaciones anteriores, buscan hacer un pago justo a sus agricultores.



También nos informaron respecto a un supermercado comunitario, donde los consumidores tienen que ser socios para comprar, los cuales se comprometen a un número de horas de trabajo en el supermercado. De esta manera, logran tener precios más bajos que los supermercados tradicionales. Nosotros creemos que estos formatos de comercialización de frutas y verduras pueden ser replicables hasta cierto nivel en Chile. Fue muy interesante ver estos formatos en práctica, discutir cómo se relacionan con el sector público (Municipalidad de Paris) y establecer contactos que podemos seguir trabajando desde Chile. Junto con ello, fue muy interesante conocer instituciones que hacen una economía social, donde existe la prioridad de pagar a los agricultores un precio justo por sus productos y ayudar a los clientes a tomar consciencia de lo que consumen (su origen, los métodos de producción, su sabor, su frescura).

Otra innovación importante que conoció la delegación, fue cuando visitó a una de las ferias más grande del mundo de la industria alimentaria, la denominada SIAL. En esta feria quedó ratificado que los productos frescos, fruti hortícolas con valor agregado, semi procesados listos para ser consumidos (IV gama), son la tendencia mundial. En esta visita se confirmó lo que ASOF viene promoviendo hace 6 años y que ha decidido impulsar con énfasis, tomando la decisión de levantar una factoría denominada CEPAS (Centro de Producción de Alimentos Saludables). Estos productos en Chile se comienzan a demandar de manera acelerada y el principal canal de distribución de productos frescos debe dar cuenta de ello.

La Confederación Nacional de Ferias Libres, buena parte de sus 16 años de existencia, siempre ha promovido el consumo de frutas y verduras, por lo mismo, desarrolló una iniciativa denominada "Ruta Saludable". Actualmente, esta iniciativa se está constituyendo en una Fundación. En la SIAL se conoció la labor que desarrolla en che británico Jamie Oliver, impulsando diferentes actividades de promoción de alimentación y vida saludable en los colegios de Estados Unidos e Inglaterra. La organización de Jamie Oliver, tiene como objetivo generar redes y apoyar a sus símiles en el mundo.

Además, se realizó un contacto con la empresa CARAVIN la cual desarrolla carros para venta de pescados, carnes, quesos, frutas y verduras para ferias. Los productos de CARAVIN son innovadores y de gran desarrollo tecnológico. La idea principal es contactarlos con Clúster Metal Mecánico de Santiago, asociación gremial que trabaja en red con ASOF. En este caso, lo que se busca es generar joint venture.

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

Tanto las AMAP como las La Ruche Qui Dit Oui, son organizaciones factibles de llevar a cabo. Hay un gran segmento del mercado que valora lo natural, los productos orgánicos y la frescura de la cercanía del campo al hogar. Los productores que integraron la delegación, aprendieron mucho de esta experiencia y ya están viendo forma de ponerla en práctica en Chile, en particular, acercando la zona de Melipilla con Santiago. Además, cuentan con el apoyo de las organizaciones parisinas que están dispuestas a transferir los conocimientos pertinentes para que en Santiago se generen organizaciones similares.



Respecto al desarrollo de productos de IV gama para las ferias libres, la organización ASOF pretende levantar los capitales para llevar a cabo un CEPAS. La dirección nacional ya lo incluyó en su plan estratégico.

Por otro lado, ASOF buscará la forma de generar Joint venture, entre Clúster Metalmecánico de Santiago con CARAVIN.

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
Pedro Duran	Pro Chile París	Director			
Camille Péron	Pro Chile París	Business Advisor			
Francis Lefevre	Rungis	Secretario General			
Monique Rubin	Federation Nationale des Marchés de France	Presidenta			
Eugenia Carrara	Développement économique, Commerce, Artisanat, Attractivité, Tourisme, Economie sociale et solidaire	Conseillère			



Jamie Oliver	Chef Jamie Oliver	President			
	AMAP (asociación para el mantenimiento de una agricultura campesina)				
	La ruche qui dit oui				
Jérôme CAO	CARAVIN	Gerente			

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

- Desarrollar circuitos cortos, acercando a un segmento del mercado a la agricultura familiar campesina, promoviendo el agro turismo, rescatando lo orgánico y natural.
- Fomentar la asociatividad y el cooperativismo tanto entre agricultores y comerciantes de ferias libres, como entre los mismos feriantes, de manera de inyectar productividad a sus negocios y entregar un mejor servicio a sus clientes.
- Desarrollar distribución de Canastas de productos frescos de manera organizada, desde las ferias libres hacia los sectores circundantes a sus posturas.

9. Resultados obtenidos

Resultados esperados inicialmente	Resultados alcanzados
Aprender del proceso de la distribución de canastas de frutas y vegetales en Paris.	Se conoció la forma de operar de las AMAP en Paris y La Ruche Qui dit Oui, estableciendo además contactos para poder generar iniciativas en conjunto.



Conocer la experiencia de ferias libres en Francia en temas que los feriantes han identificado como los mayores problemas de la actividad	Se conoció la forma de trabajo de Federation Nationale des Marchés de France; y se discutió sobre los problemas que tienen las ferias en Paris y la forma que se relacionan con las autoridades.
Establecer una red de contacto con instituciones del sector en Francia	Se realizaron contactos con la Municipalidad de Paris, Rungis, y Empresa de Producción y Venta de Carros para Ferias.
Difundir en Chile la gira	Se realizaron los eventos comprometidos en el salón de la FAO en Santiago, Melipilla y Temuco. Adicionalmente, se incluyó información en la página web de la ASOF.

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
27/10/2016	Conversatorio	Dirigentes ASOF, comerciantes de Ferias Libres y productores.	21
22/11/2016	Conversatorio	Dirigentes ASOF, comerciantes de Ferias Libres de la ciudad de Temuco, productores de la zona.	23
24/11/2016	Conversatorio	Dirigentes ASOF, comerciantes de Ferias Libres de la ciudad de Melipilla, productores de la zona.	12

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



No existió inconveniente alguno.



ANEXOS

1) Anexo 1: Documentos técnicos recopilados en la gira de innovación

Se incluyen documentos y folletos recopilados a lo largo de la Gira.

- Marches de France, Jun 2016. Le Syndicaliste, forain - N° 876.
- Marches de France, Jun 2016. Le Syndicaliste, forain - N° 878.
- Sial Paris, 2016. Brasil.
- Sial Paris, 2016. Chile.
- Sial Paris, 2016. Visitor's Guide.
- Jaques Dufour, Les Marchés de France.
- Marches de France, 2016. 95° Congrès.
- Marches de France, 2016. Charte Pour Le Développement des Marchés de France.
- Fédération Nationale des Syndicats des Commerçants des Marchés de France.
- Caravi, 2016. Véhicules magasin.

**Se adjunta copias del material al que se hace referencia.*

Fundación para
la Innovación
Agraria
Ministerio de
Agricultura



Anexo 2: Material audiovisual recopilado en la gira de innovación.

Se incluyen fotos y videos recopilados a lo largo de la Gira.

**Se adjunta CD que contiene el material.*



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

- Conversatorio Santiago (Se adjunta ficha de inscripción).
- Conversatorio Temuco.

Nombre	Entidad dónde trabaja
Rene Muñoz	Comerciante Feria
Luis Solís	ASOF
Juan Carlos Neculqueo	Comerciante Feria
Rosa Ormeño	Comerciante Feria
Antonio Queuputrur	Comerciante Feria
Flora Asencio Pichipil	Comerciante Feria
Inés Acuña	Comerciante Feria
Pedro Candia	Comerciante Feria
David Ferreira	Comerciante Feria
Cecilia Ojeda	Comerciante Feria
Ruth Fermín	Comerciante Feria
Alejandra Arancibia	Comerciante Feria
Alexander Wenzel	Comerciante Feria
Patricia Cifuentes	Comerciante Feria
Paola Prieto	Comerciante Feria
Erna Jaramillo	Comerciante Feria
Gloria Sagredo	Comerciante Feria
Hotoniel Brevis	Comerciante Feria



Aljandro Lopéz	Comerciante Feria
Angel Navarrete	Comerciante Feria
Rosa Curihuinca	Comerciante Feria
Mario Muñoz	Comerciante Feria
Ana Bravo	Comerciante Feria

- Conversatorio Melipilla.

Nombre	Entidad dónde trabaja
Paz Belén Pacheco	Estudiante
Fernando Perez	Consejal Melipilla
Eliana Cordova Jiménez	Agricultora
Francisco Abstangen	Comerciante
Rosa Córdova	Comerciante
Marilis Droguett	Comeriante
Danilo Mondaca	Agricultor y Comerciante
José María Valdebenito	Agricultor y Comerciante
Luis Solís	ASOF
Makarena Quevedo	ASOF
Pia Perez	ASOF
Ezra Torres	ASOF



3) Anexo 4: Material entregado en las actividades de difusión

Material entregado en Conversatorios:

27/10/2016	Conversatorio	Dirigentes ASOF, comerciantes de Ferias Libres y productores. Salón FAO, Santiago.
22/11/2016	Conversatorio	Dirigentes ASOF, comerciantes de Ferias Libres de la ciudad de Temuco, productores de la zona.
24/11/2016	Conversatorio	Dirigentes ASOF, comerciantes de Ferias Libres de la ciudad de Melipilla, productores de la zona. Oficina INDAP Melipilla.

Documento 1: "Gira a Paris: Circuitos Cortos para una mejor Salud".

Documento 2: "Gira Tecnológica, Francia, Paris".

**Se adjunta documento impreso.*

Programa de Visita ASOF a Paris
Lunes 17 a viernes 21 de octubre, 2016

Responsable gira: Luis Solís
Coordinador en terreno: Andrés Silva

Sábado 15

1:35pm Vuelo Santiago Paris AF 401 (favor de presentarse 2,5 horas antes en aeropuerto y completar ficha personal en página web Air France 2 días antes)

Domingo 16

8:20am Llegada a Paris Charles de Gaulle

Hotel: Hotel Edgat Quinet
17 boulevard Edgar Quinet, 14th arr., Paris, 75014

Lunes 17 Día completo en SIAL (<https://www.sialparis.fr>)

8:15am Salida desde hotel a SIAL

9:30am Apertura de Puertas de SIAL

11am Inauguración del Pabellón de la Alianza del Pacífico
(asistencia de embajadores de Chile, Perú, Colombia y México)

12pm Inauguración del Pabellón de Chile

3pm Reunión de la gira con ProChile Paris
Lugar: Pabellón de Chile
Contraparte: Pedro Duran y Camille Perón
Objetivo: Establecer contacto con ProChile Paris

5pm Coctel de Bienvenida por el "Año de Latinoamérica" en SIAL

Martes 18

6:30am **Feria "Place Maubert": Plaza Maubert**
Contraparte: No hay
Objetivo: Ver la instalación de una feria
Nota: baños cerrados

10am **Mairie de Paris (Municipalidad de Paris)**
Lugar: Hotel de Ville
Contraparte: Eugenia Carrara, Conseillère au Cabinet
Objetivo: Conocer los requisitos para la obtención de un local en feria libre.

12pm **Fédération des marchés de France**
Lugar: 14 rue de Bretagne, 3eme
Contraparte: Monique RUBIN
Objetivo: Conocer a símil francés de ASOF. Organización gremial de 20 mil miembros y 150 sindicatos regionales en Francia. Es la principal organización por la defensa y la promoción de las ferias libres en Francia.

2pm **Almuerzo en Feria “Enfants Rouges”**
Lugar: 39 rue de Bretagne
Contraparte: No hay
Objetivo: Conocer feria cubierta, formato pequeño y recién remodelada.
Los alimentos los compran en Rungis
Nota: baños cerrados

Miércoles 19

10am **Feria “10 rue de l’Olive”**
Lugar: Instalación nueva abierta todo el día (Metro Max Dormoy, Arr 18)
Contraparte: Alexis ABOU, empresa EGS encargada de la organización
Objetivo: Hablar con los feriantes directamente y conocer las instalaciones.

3pm **Caravi (proveedor carros de feria)**
Lugar: Hotel
Contraparte: Jerome Cao
Objetivo: Conocer proveedores de soluciones para ferias libres

7pm **AMAP (Canastas) Ile de France**
Lugar: impasse Crozatier, Paris 12e (métro Ledru Rollin)
Contraparte: Sophie Magnon (OF 01 41 17 38 51 Cel 06 60 21 47 42)
Objetivo: Ver funcionamiento AMAP (organización de canastas a hogares)

9pm **Comida en Café Associatif de AMAP (entre todos organizamos la comida)**
Lugar: Commune libre d'Aligre
Contraparte: Sophie Magnon (OF 01 41 17 38 51 Cel 06 60 21 47 42)
Objetivo: Conversar de los problemas/beneficios de las AMAP

Jueves 20

8am **Feria “Convention” / société Bensidoum**
Objetivo: Ver feria en una calle angosta

10am **Feria libre “Aligre”**
Objetivo: Ver feria semicubierta

5:30pm **AMAP (Canastas) Ile de France**
Lugar: Gare de Montparnasse
Contraparte: Sophie Magnon
Objetivo: Conocer su lugar de trabajo

7:30pm

Distribución AMAP “Les Lapereaux des Thermopyles”

Dans les locaux de l'association Florimont au Château ouvrier, métro Pernety. Accès au niveau du 69-71 rue Raymond Losserand, prendre l'Allée du Château ouvrier jusqu'à la Place Marcel Paul.

Una AMAP es una organización asociativa que conecta productores y consumidores (circuito corto). Les Lapereaux des Thermopyles agrupa a 270 grupos de consumidores y a 150 productores de las cercanías de París. Estos productores se reúnen para formar canastas de frutas y verduras que distribuyen semanalmente. Los hogares acuerdan un contrato anual de entrega de canastas semanales, en dicho contrato se fija el precio y la cantidad de frutas y verduras de la canasta, y el punto de entrega en París. De esta forma, se asegura el pago de la cosecha a los productores. En los últimos años, en París han proliferado las canastas de frutas y vegetales orgánicos.

Viernes 21

4am

Mercado Internacional de Rungis (<http://www.rungisinternational.com>)

Rungis es una plataforma internacional de compras de productos agrícolas para mayoristas, que reúne a más de 1.200 empresas. Para dimensionar su tamaño, en el 2013, Rungis registro ventas por € 8.476 millones. Rungis tiene divisiones de ventas de frutas y verduras, carne, pescados y mariscos, lácteos, alimentos procesados, y flores y plantas. Los principales clientes de Rungis comerciantes en general, feriantes, restaurantes y mayoristas.

8am

Desayuno de la Delegación en Rungis

11:30pm

Vuelo Paris Santiago AF 406 (presentarse 2,5 horas antes en aeropuerto)

Jueves 27

Evento en Salón FAO organizado por ASOF.

Anexo 1: Documentos técnicos recopilados en la gira de innovación

Jacques DUFOUR

Bernard CAPO

Les Marchés de France



le Syndicaliste

forain

JUIN 2016 - N° 678 - PRIX : 3 EUROS

www.marchesdefrance.fr



22, 23 et 24 février 2016

95^e Congrès

de la Fédération
Nationale
des Marchés
de France



FOIX



Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

MINISTÈRE
DE L'ÉCONOMIE,
DE L'INDUSTRIE
ET DU NUMÉRIQUE

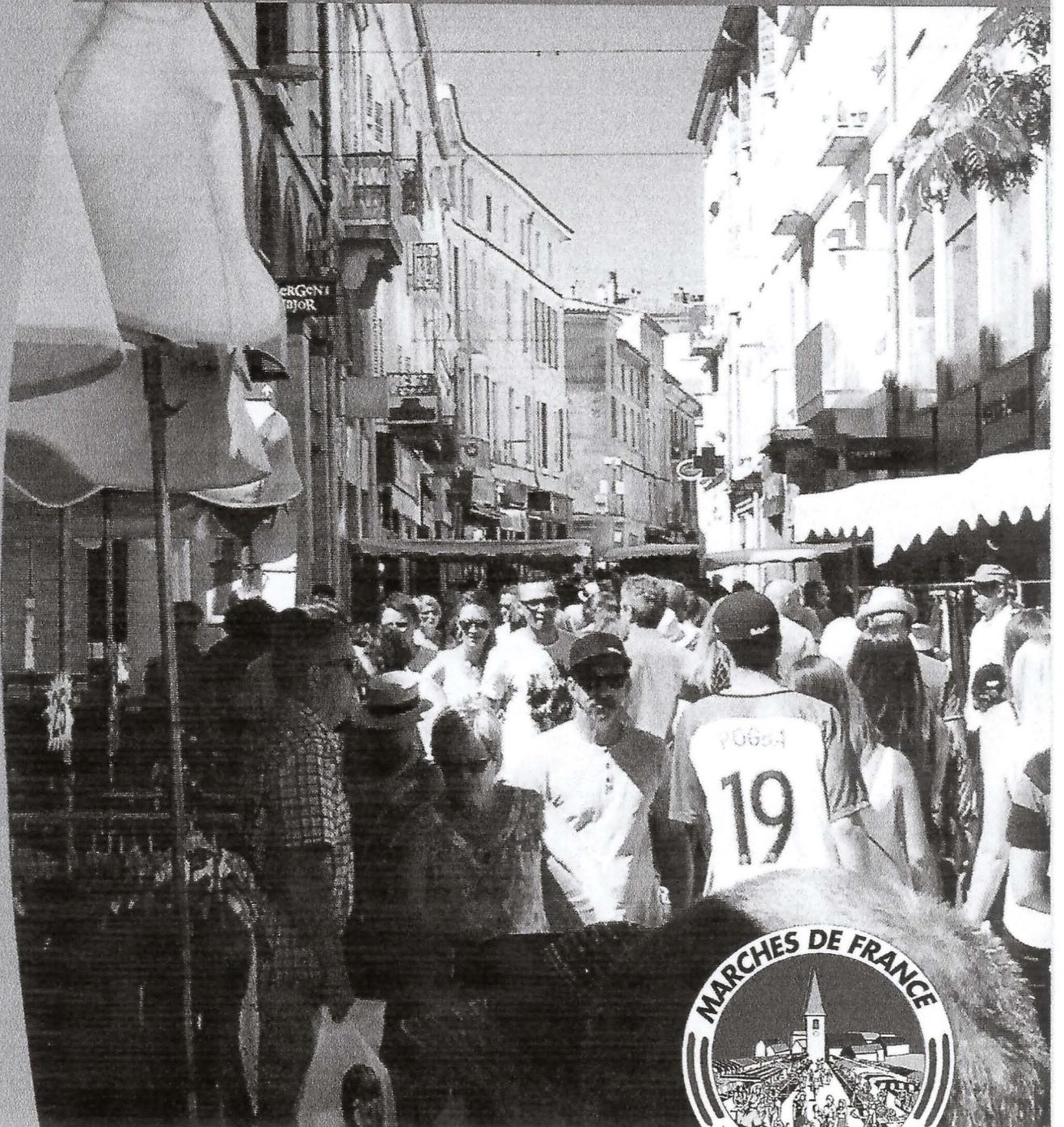
SECRÉTARIAT D'ÉTAT
AU COMMERCE,
À L'ARTISANAT,
À LA CONSOMMATION
ET À L'ÉCONOMIE
SOCIALE ET SOLIDAIRE

CHARTRE POUR LE DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS DE FRANCE

le Syndicaliste

forain

AOÛT 2016 - N° 878 - PRIX : 3 EUROS





Pedro Durán De La Fuente
Trade Commissioner
ProChile - Francia

4 Rue de la Paix, 75002, Paris
+33 (0) 1 75 44 2460
@prochile_fr
pduran@prochile.gob.cl

www.prochile.gob.cl

pro|CHILE
CHILEAN PROMOTION BUREAU

CHILE
SIAL
2016

BRASIL

SIAL PARIS 2016

BE
BRASIL

For more information:
sial2016.apexbrasil.com.br



MINISTRY OF
FOREIGN AFFAIRS



www.apexbrasil.com.br

BE
SUSTAINABLE

SIAL
INSPIRE FOOD BUSINESS



VISITOR'S GUIDE

FIND ALL THE USEFUL INFO
INCLUDING THE LIST
OF EXHIBITORS

images by  www.istockfood.com

COME TO POSIUM

Paris



The world's largest food
innovation exhibition

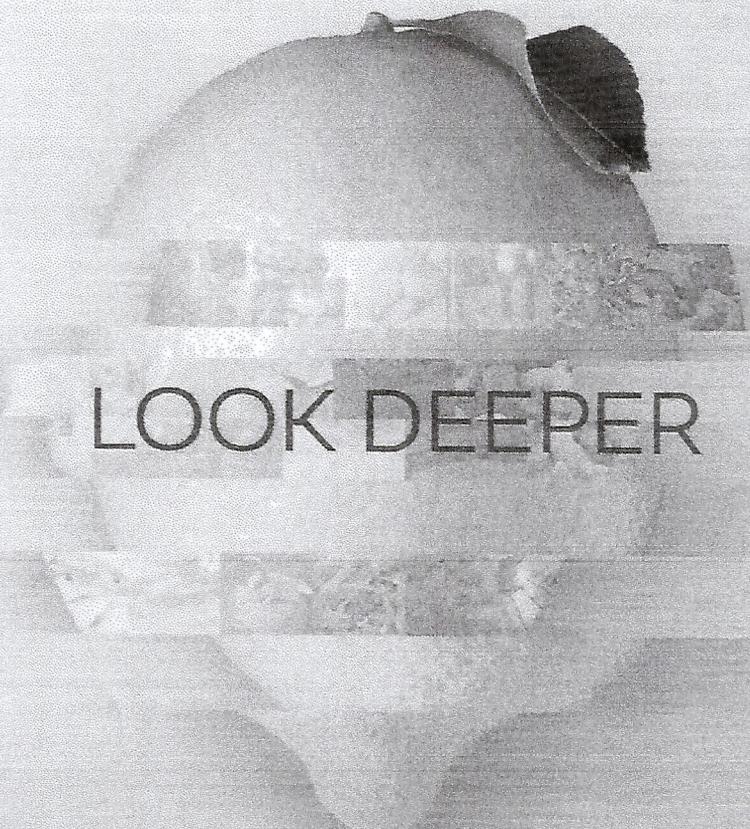
16-20 OCT. 2016
PARIS NORD VILLEPINTE - PARIS

WWW.SIALPARIS.COM

#SIALParis    

SIAL

INSPIRE FOOD BUSINESS



LOOK DEEPER

© image by  www.istock.com

COMEXPOSIUM

SIAL, a subsidiary of Comexposium Group

Paris 

The world's largest food
innovation exhibition

21-25 OCTOBER 2018

PARIS NORD VILLEPINTE - PARIS

WWW.SIALPARIS.COM

Join us   

Tél. 01 48 87 51 45 • 01 48 87 43 80
• Fax 01 48 87 58 40
fnscns@wanadoo.fr • www.fnscmf.com



Fédération Nationale des Syndicats des Commerçants des Marchés de France

Ses actions
Ses services





Véhicules magasin
pour les professionnels des métiers de bouche



CAMION BOUCHERIE 5000

Fiche technique



Toutes les photos sur <http://www.caravi.com/produits/metier/camion-remorque-magasin-food-truck-boucher-charcutier-boucherie-charcuterie,2.html>

Pour les « pros » des métiers de bouche

Version 2016-3



CAMION ALIMENTATION GENERALE 4000

Fiche technique



Camion alimentation générale 4000 sur Renault Master

Pour les « pros » des métiers de bouche

Version 2016-03

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

Conversatorio Gira a Francia para el Mejoramiento de la Comercialización de Productos Agrícolas en Ferias Libres" (27/10/2016)

NOMBRE	RUT	RUBRO	FERIA/COMUNA	TELEFONO
Pedro Muñoz		COMERCIAL	PSD de Huecho	
Marisol Morales		egresada de K Trabajo social	Santiago	
Ria Camino		tecnista imp. Abrogans		
Jose Valdebenito		Agricultor	Mulipille	
Daniela Mombuca		Agricultora	Melipilla	
Hector Tejada		Comerciante	La Florida	
Daniel Lizaso S.		COMERCIAL	Huechuraba	
Mónica Barabaca		Psicólogo ASOF	ASOF	
Carolina Fuentes		Ingeniero Comercial	INUTAOA	
Gabriela Sepúlveda		ASOF	Stgo	



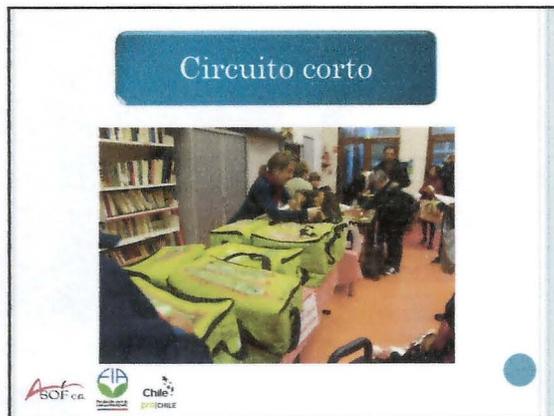
Conversatorio Gira a Francia para el Mejoramiento de la Comercialización de Productos Agrícolas en Ferias Libres" (27/10/2016)

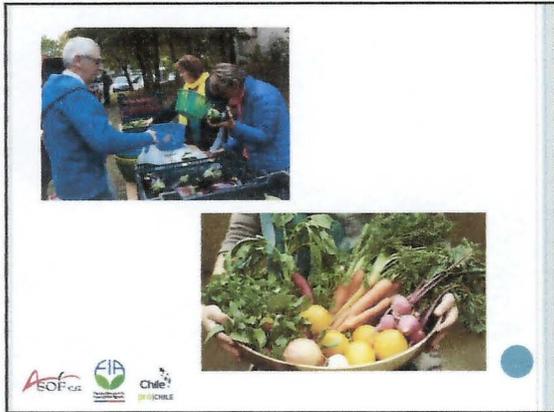
NOMBRE	RUT	RUBRO	FERIA/COMUNA	TELEFONO
Guin Solís			ASOF	
Fanny Perecoda		Verduras	ASOF	
Abel. Reyes. Morón		Popo	ASOF	
André Silva		Académico	V. Central	
Sophie Coen		Comercial	whg Perecoda Group.	
Nataly Gutiérrez		Intencionalista	ASOF	
PAKARENA QUEVEDO		INGENIERA DE PROYECTOS.	ASOF	
MARCELA CADARÓ.		ASPO.	NEUPILU.	
Pa Pérez Herrera		Peruodista	La Florida	

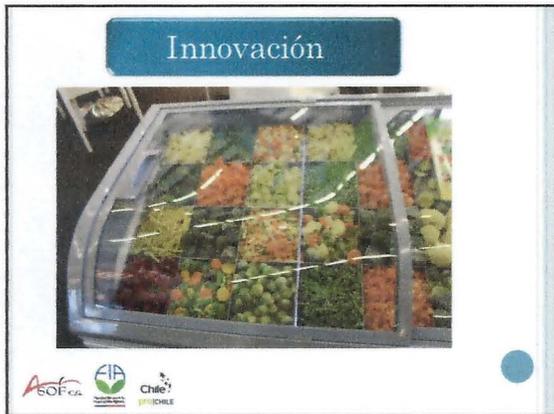
Anexo 4: Material entregado en las actividades de difusión

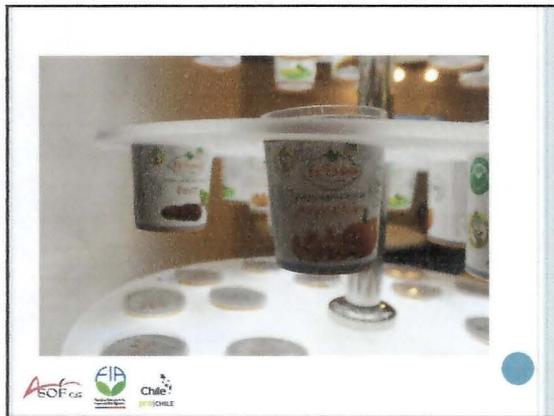












Asociatividad



Comercialización







GIRA A PARIS: CIRCUITOS CORTOS PARA UNA MEJOR SALUD.

LUIS SOLÍS PLAZA
GERENTE GENERAL
ASOF C.G.



LAS FERIAS LIBRES EN CIFRAS

- Total de Ferias Libres en Chile: 1.114
- Número de puntos de ventas: 113.000
- Número de comerciantes feriantes: 340.000 (el 50% son mujeres).
- Ventas anuales en el canal Ferias Libres: aprox. 3.000 millones de dólares.
- Cantidad de personas que visitan las Ferias Libres, sólo en Santiago los fines de semanas, cerca de 2.5 millones de personas.

*Fuente: Primer censo de Ferias Libres, Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC) y Ministerio de Economía.



SIAL: EL CAMPEONATO MUNDIAL DE LA ALIMENTACIÓN



SIAL: EL CAMPEONATO MUNDIAL DE LA ALIMENTACIÓN



ASOF FRANCESA



VISITA PROTOCOLAR, ASOF



MARCHÉS DE FRANCE



FERIAS PARISINAS



FERIAS PARISINAS



FERIAS PARISINAS - FRUTERÍA



PARIS, ORGANIZACIÓN DE DISTRIBUCIÓN DE CANASTAS



PARIS, CERTIFICACIÓN EN SUS PRODUCTOS



PARIS, DISTRIBUCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE PRODUCTOS



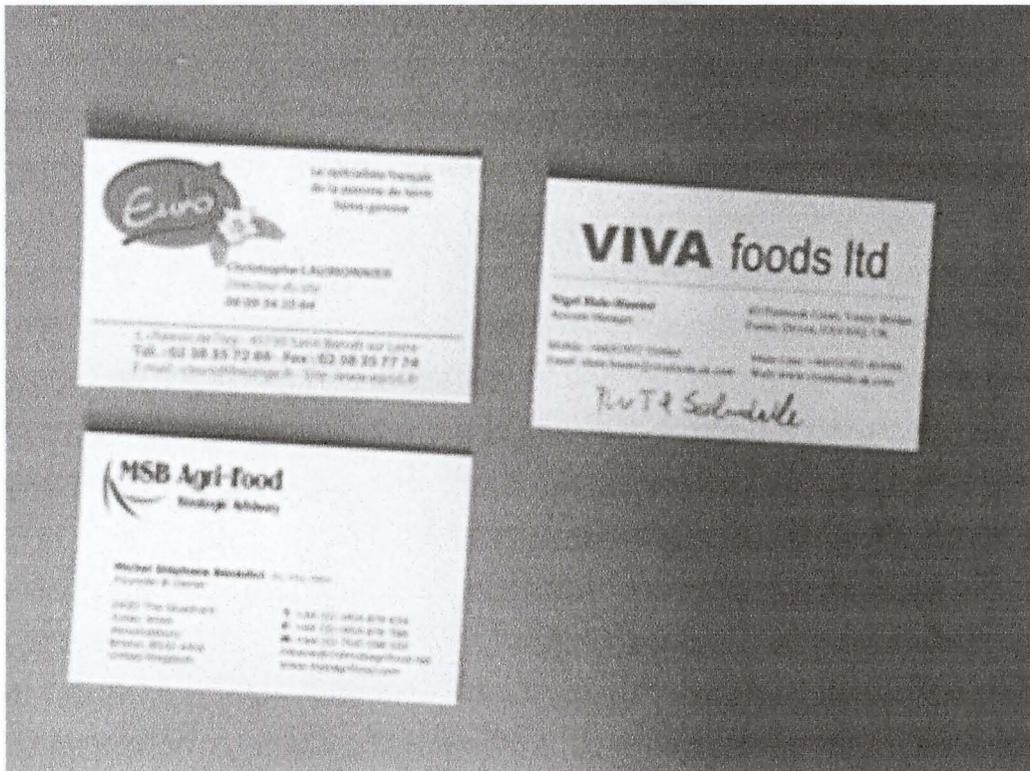
PARIS, PRESENTACIONES LLAMATIVAS



PARIS, PRODUCTOS PROCESADOS.



Tarjetas de presentación de contactos hechos en Francia





Anexo 2: Material audiovisual recopilado en la gira de innovación.