

INFORME EJECUTIVO

Programa Estratégico Regional Alimentos con Valor Agregado Región de Los Ríos

1. Antecedentes

Chile enfrenta hoy el desafío de transformar su base económica y productiva de un país exportador de commodities a uno con una producción de bienes y servicios especializados de mayor diferenciación para dinamizar su desarrollo económico.

1.1 Programas Estratégicos de Especialización Inteligente (PEEI).

Desde la Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento impulsada por el Gobierno, se establece una política de selectividad estratégica que incentiva el desarrollo de ventajas competitivas latentes y dinámicas de ciertos sectores productivos, resolviendo fallas de coordinación, de mercado o necesidades de determinados bienes públicos.

Para implementar esta política, CORFO impulsa la creación de los Programas Estratégicos de Especialización Inteligente concebidos como una instancia de articulación y acción público-privada para el mejoramiento competitivo de sectores y territorios específicos.

A partir de este contexto, nace en la región de Los Ríos, ***el Programa Estratégico Regional de Alimentos con Valor Agregado (AVA Los Ríos)***.

1.2 Estrategia regional de desarrollo (ERD):

La región plantea en su propuesta estratégica un escenario deseado al año 2019, en el cual se definen entre otros, lineamientos para el desarrollo de la economía regional basado en capital humano, asociatividad e innovación. A partir de esta ruta trazada se delimitan las acciones para promover entornos favorables para el emprendimiento, la asociatividad y el encadenamiento de sus empresas logrando mayores grados de competitividad, diversificación, agregación de valor, calidad y excelencia reconocida de sus productos, servicios y procesos, lo que permitirá generar más y mejores fuentes laborales.

Esta estrategia constituye una orientación clave para el desarrollo de AVA Los Ríos y representa un permanente desafío para contribuir al logro de alcanzar las metas que se ha planteado la región.

Adicionalmente, AVA Los Ríos se ha vinculado fuertemente, desde la etapa de diseño, con la Política Silvoagropecuaria regional que entrega los lineamientos y las prioridades para apoyar a los empresarios que elaboran alimentos.

1.3 Tendencias de mercado.

El crecimiento de las ciudades, el aumento del ingreso per cápita, la disminución de la natalidad y aumento de la esperanza de vida son algunos de los cambios demográficos claves para entender los cambios en los patrones de consumo. Estos cambios han generado a su vez, un aumento del ingreso familiar, donde el número

de integrantes es más reducido, la mujer incrementa su inserción al mercado laboral y existe una mayor horizontalidad en las responsabilidades entre hombres y mujeres, especialmente al interior del hogar.

A estos factores que impactan la evolución del sector alimentario se suman algunas tendencias generales:

- ❖ Preocupación por la salud y el bienestar (búsqueda creciente de alimentos que contengan ingredientes funcionales para una nutrición saludable).
- ❖ Demanda de conveniencia, considerada por alimentos que reducen el tiempo de preparación y consumo.
- ❖ Interés por el sabor y la variedad, procurando verdaderas experiencias gastronómicas y que afectan los sabores, aromas, texturas y los formatos de presentación.
- ❖ Relevancia de la ética en las decisiones de compra, buscando alimentos que respeten el medio ambiente, uso de embalajes biodegradables, consumo de productos orgánicos, desarrollo de relaciones de comercio justo y consumo de productos locales, que a su vez permiten reducir la huella de carbono de los alimentos.

A partir de estas tendencias de consumo, se abre una gran oportunidad para el sector alimentario de la Región de Los Ríos, convirtiéndolo en un rubro estratégico para el desarrollo regional. En este tenor, la industria alimentaria de la región, puede aumentar su competitividad en el ámbito de los Alimentos con Valor Agregado e incrementar su participación en el mercado nacional e internacional.

1.4 Producción de alimentos en la región.

En la región de los Ríos, el universo de empresas comercialmente activas asciende a 19.167, donde el 81,4% de empresas corresponde a microempresas, un 16,4% a pequeñas, un 1,7% a medianas y un 0,5% a grandes (Año 2014)¹. Estas empresas regionales representan el 2,1% del total de empresas del país, que inciden en 0,3% del total de ventas y el 1,0% de la generación de empleo².

En la Región de Los Ríos, la producción de alimentos representa una de sus principales actividades económicas y tiene fortalezas que la distinguen de otras zonas del país, como son la diversidad y calidad de sus materias primas, cuenta con 414 empresas productivas que facturan en conjunto 1.076 millones de dólares en el año 2014³, lo que representan un gran potencial donde algunas tienen reconocimiento a nivel nacional con una historia industrial ligada al rubro de los alimentos. La distribución de estas empresas por tamaño corresponde a 3% para las grandes, 15% de medianas y pequeñas, y un 82% de microempresas⁴. Del total de las empresas elaboradoras de alimentos, se estima que la producción de Alimentos con Valor Agregado alcanza a US\$ 269 millones (25%)⁵.

¹ Ídem anterior

² Fuente: boletín estadístico Minecon (SII 2014)

³ Fuente: SII 2014.

⁴ Fuente: SII 2014

⁵ Elaboración propia (AVA Los Ríos)

Adicionalmente, la región dispone de 6 universidades y 2 centros de investigación que le entregan un gran soporte al desarrollo del conocimiento, y todo lo anterior en un entorno con marcas de gran renombre como *Valdivia* y *Selva Valdiviana* que le otorgan condiciones ambientales particulares asociados a un imaginario de pureza y libre de contaminación.

Las exportaciones de alimentos elaborados en el año 2015 alcanzaron a 70 millones de dólares donde los productos principales exportados corresponden a quesos (23%), conservas, pulpas y pastas de frutas y hortalizas (20%), derivados de harinas (17%), miel (6%) y mantequilla (4%), entre otros.

1.5 Alimentos con Valor Agregado.

Son los alimentos con un nivel variable de procesamiento en la cadena de valor y que tienen un grado de valorización por el consumidor a través de sus características que lo hacen especiales. Algunos atributos son la calidad y origen de las materias primas, procesos estandarizados y evaluados, y productos finales con un grado de diferenciación que los hacen distintivos y únicos.

Estos alimentos permiten experimentar sabores diferentes con un alto grado de innovación en ingredientes o recetas, presentan formatos de productos y envases sofisticados que el consumidor selecciona para ocasiones especiales o para darse un gusto o regalo.

También los Alimentos con Valor Agregado entregan una dimensión “multisensorial”, es decir, tienen una historia asociada que conecta a las personas y su cultura con el entorno donde se elaboran.

Finalmente, son alimentos que se caracterizan por su conveniencia, practicidad y son idealmente saludables.

En los Alimentos con Valor Agregado, las utilidades percibidas en el negocio son mayores dado que existe un grado de exigencia más alto en la calidad de los productos finales lo que se traduce en una menor rivalidad con empresas similares que no pueden competir.

En este segmento empresas pequeñas y medianas pueden competir exitosamente en lotes pequeños de productos con características especiales y únicas.

De acuerdo a lo anterior, la estrategia final es impulsar que las empresas de la zona mejoren su competitividad en el segmento de negocio de alimento con valor agregado.

Dentro del segmento Alimentos con valor agregado se pueden encontrar tres subcategorías los que varían según el lugar de consumo: experiencia gastronómica, alimento como regalo o “para darse un gusto” y conveniencia.

Experiencia gastronómica

En una sociedad con largas jornadas de trabajo y donde no hay tiempo para cocinar, los alimentos que se consumen en restaurantes se han convertido en experiencias de sabores y aromas. El chef es un excelente intermediario para acercar productos con características especiales a consumidores en busca de una experiencia gastronómica única.

Alimento “regalo o darse un gusto”

Se refiere a los ingredientes o alimentos que se utilizan para preparar una comida sofisticada en casa o un producto bajo el concepto de “*indulgence*” entendido como lujo que va asociado a un regalo para disfrutar o celebrar algún momento especial.

Conveniencia sofisticada

El producto de “*sophisticated convenience*” está asociado a la búsqueda del consumo una comida sofisticada, pero sin tomarse el tiempo de seleccionar los ingredientes o sin tener que preparar los alimentos para que los comensales puedan disfrutarla.

2. Programa Estratégico Regional de Alimentos con Valor Agregado (AVA Los Ríos).

El Programa AVA Los Ríos está orientado a coordinar e integrar el sector alimentario regional situando el nombre de “*Región de Los Ríos*” como un territorio donde se diseñan y producen Alimentos con Valor Agregado del mejor nivel, convirtiéndose en una plataforma donde convergen el sector público, la academia y el sector privado para desarrollar estrategias orientadas a incrementar su participación en el mercado nacional e internacional.

2.1 Visión

El Consejo Directivo del Programa ha establecido como visión “Desarrollar una industria regional de Alimentos con Valor Agregado competitiva nacional e internacionalmente, generando productos con calidad, identidad, sofisticados y sustentables, para un consumidor consciente y exigente”.

Slogan: “Un alimento con valor agregado producido en la región en cada mesa del mundo”.

2.2 Alcance del Programa

El Programa considera abordar a 414 empresas elaboradoras de alimentos que desarrollan su actividad económica en los diferentes eslabones de la cadena de valor, es decir en la etapa de procesamiento de materia prima, elaboración y diseño de productos, packaging, distribución y venta.

Para todas las empresas, el Programa espera generar un proceso de habilitación y mejoramiento de las condiciones de competitividad, lo que permitirá mejorar sustancialmente su negocio y estarán en condiciones de transitar hacia la elaboración de Alimentos con Valor Agregado.

Los rubros que cubre el Programa son: *leche y derivados lácteos, miel y productos de la colmena, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, productos derivados de la molienda de cereales, carnes bovinas y ovinas, frutas y hortalizas para la agroindustria, chocolates y confites, cecinas y productos marinos.*

El conjunto de sectores o rubros productivos que conforman el Programa se presentan en la siguiente figura:



Figura n° 1: resumen de sectores que aborda el Programa AVA Los Ríos (número de empresas y ventas en dólares en año 2014).

Sectores priorizados

Con la finalidad de mejorar la efectividad del impacto del Programa, se han priorizado los sectores **Lácteo, Apícola y Cerveza** y de esta forma dar un foco de acción al programa desarrollando acciones concretas que permitirán en el corto y mediano plazo mejorar la competitividad de las empresas de estos sectores seleccionados. La importancia económica a nivel regional de estos tres sectores en su conjunto representa el 91,2% del total de empresas y del total de ventas de Alimentos elaborados en la región.

En la priorización de estos tres sectores se consideraron factores tales como la posibilidad de generar valor agregado en función de la estrategia definida en el Programa (experiencia gastronómica, alimento como regalo o “para darse un gusto” y conveniencia), el reconocimiento y prestigio de algunas marcas regionales, potencial de crecimiento, posibilidades de especialización en el mediano y largo plazo, y la posibilidad de desarrollo de nuevos ingredientes y productos.

Sector Lácteo: representa un conjunto de 35 empresas que procesan leche con una facturación de US\$ 946 millones (88% del total regional). Se consideran Alimentos con Valor agregado a los productos derivados de la leche tales como quesos, mantequilla, crema, yogurt, manjar y postres, entre otros. En el caso de quesos se consideran los quesos distintos a los tradicionales tipo Gauda y Chanco, que incorporen valor agregado en su elaboración que lo hacen distintivos y especiales (proceso de elaboración, adición de ingredientes, nuevos formatos, etc.).

La Cooperativa Agrícola y Lechera de La Unión (Colun), es la empresa de alimentos más importante de la región que tiene una base de 800 productores lecheros recepcionando 550 millones litros de leche, lo que representa el 78 % del total regional y el 25 % del total nacional (2014)⁶.

Una información importante de considerar es que Colun tiene una tasa de desarrollo de nuevos productos en el año 2015 del 15% (45 referencias de un total acumulado al año 2015 de 296)⁷, situación que refleja una agresiva estrategia para desarrollar productos con valor agregado y constituye un estímulo las empresas regionales insertas en el Programa.

Adicionalmente, es pertinente destacar que Colun tiene una importante red de proveedores de la industria lechera, en la cual las empresas regionales proveedoras de insumos y servicios no lácteos corresponde solo a un 13%, situación que abre una interesante oportunidad para el desarrollo de este segmento empresarial en la región de Los Ríos.

Colun es un importante aliado estratégico del programa debido a su trayectoria y experiencia en la región, lo que constituye un efecto de tiraje para las empresas pequeñas del mismo sector lácteo.

Sector Apícola: representa un conjunto de 84 empresas que procesan miel con una facturación de US\$ 10 millones al año 2014. Este sector es liderado principalmente por la Cooperativa Apícola Apicoop que agrupa a 200 productores apícolas y representan el 80% de la facturación regional.

El sector apícola regional tiene un gran potencial de crecimiento, con una amplia oferta melífera de reconocida calidad, lo cual constituye una de las principales ventajas que ofrece la región.

Adicionalmente, el trabajo realizado en los últimos años por el Consorcio Tecnológico Apícola ha permitido generar las condiciones necesarias para que las empresas actuales y nuevas que se incorporen puedan disponer de una buena base científica para desarrollarse.

Sector Bebidas alcohólicas y no alcohólicas:

Este sector lo conforman 77 empresas que venden US\$ 25 millones, donde se destacan las empresas elaboradoras de cervezas, sidra, licores y jugos principalmente.

La Región de Los Ríos es reconocida a nivel nacional como un territorio cervecero y está compuesta en la actualidad por 47 productores emplazados en Valdivia, Lago Ranco y La Unión. La facturación total de la producción de cerveza en la región alcanza a 15 millones de dólares en el año 2014⁸.

Un factor importante para el desarrollo de este sector lo constituye el liderazgo de la Unión de Cerveceros de la Región de Los Ríos (UCR), organización que genera acuerdos de acciones en común para posicionar la cerveza como un producto de alta calidad y fuertemente diferenciado de las cervezas industriales.

⁶ Fuente: Odepa

⁷ Fuente: Colun

2.3 Objetivo del Programa.

El objetivo de AVA Los Ríos es generar las condiciones necesarias para que las empresas elaboradoras de alimentos transiten hacia la producción de Alimentos con Valor Agregado, según las tendencias de consumo, mejoren su competitividad, facilitar el ingreso de nuevas empresas que inviertan en la región y aumentar las exportaciones regionales.

2.4 Metas

Para llegar a la visión, las metas planteadas para el ciclo 2016 - 2025 (10 años) son:

- ❖ **Meta 1:** Aumentar en un 50% las ventas de las empresas elaboradoras de Alimentos con Valor Agregado de la región, lo que equivale a alcanzar un valor de **US\$ 404 millones al año 2025** (equivale a un incremento de US\$13.5 millones anuales por año al 2025).
- ❖ **Meta 2:** Aumentar en un 50% las exportaciones de Alimentos con Valor Agregado de la región, lo que significa exportar **US\$ 105 millones al año 2025** (equivale a un incremento de US\$3.5 millones anuales por año al 2025).

Metas	Año 2016	Proyección al año 2025		
	Situación actual	Situación deseada	Incremento	Crecimiento
MMUS\$				
(1) ventas	269	404	135	13.5/año
(3) exportaciones	70	105	35	3.5/año

Tabla n°1: resumen de metas del Programa AVA Los Ríos al año 2025.

2.5 Gobernanza

Tiene la misión velar por la buena implementación de la Hoja de Ruta se ha definido una fuerte y representativa gobernanza que contempla diferentes niveles de toma de decisión donde cada uno cumple funciones específicas.

Está compuesta por el Consejo Directivo, Comité Ejecutivo, Gerencia del Programa y Núcleos gestores.

Consejo Directivo, instancia que lidera el desarrollo y cumplimiento de los objetivos planteados en el Programa.

N°	Nombre de Consejero (a)	Sector	Empresa/Institución
1	Juan Eduardo Henríquez (Presidente)	Privado	Gerente (Cooperativa Campesina Apícola Valdivia Ltda.- Apicoop)
2	Andrés Villagrán	Privado	Empresario (Nita S.A)
3	Tiglat Montesinos	Privado	Empresario (Chocolatería Entrelagos)
4	Armin Kunstmann	Privado	Empresario (Cervecería Kunstmann)

5	Pablo Avendaño	Privado	Gerente (Soc. Industrial Kunstmann S.A)
6	Omar Saravia	Privado	Empresario (Alimentos Ríos del Sur)
7	Eduardo Aguilar	Privado	Empresario (Cervecería Calle-Calle).
8	Rodrigo Echeverría	Academia	Decano de Fac. de Cs. Agrarias de UACH
9	Ana María Bravo	Público	Seremi de Economía
10	Claudia Lopetegui	Público	Seremi de Agricultura
11	Ricardo Millán	Público	CORFO (Director Regional)
12	Jorge Sánchez	Público	INDAP (Director Regional)

Comité Ejecutivo, cuya función principal es apoyar al Consejo Directivo sobre el seguimiento técnico de las actividades del Programa, informando además el avance, desviaciones y recomendaciones de mejora.

N°	Nombre de participante	Sector	Empresa/Institución
1	Juan Eduardo Henríquez (Presidente)	Privado	Gerente (Cooperativa Campesina Apícola Valdivia Ltda.- Apicoop)
2	Rodrigo Echeverría	Academia	Decano de Fac. de Cs. Agrarias de UACH
3	Ricardo Millán	Público	CORFO (Director Regional)
4	Alejandra Jélvez	Agente operador	Gerente regional Copeval
5	Pablo Silva	AVA Los Ríos	Gerente Programa

Gerencia del programa, que tiene como principales funciones el realizar acciones de articulación y coordinación para cada una de las actividades del Programa Estratégico, junto con servir de enlace entre las distintas instancias de gobernanza definidas para el Programa.

Núcleos Gestores, definidos para cada uno de los ejes centrales del Programa, cuya función principal es liderar el cierre de brechas, coordinando acciones e incentivando a socios estratégicos para que colaboren en la ejecución de las actividades necesarias para contribuir a dicho fin. Están conformados por diferentes actores provenientes de los sectores público, académico y empresarial.

3. Estrategia de intervención.

3.1 Principales brechas

A partir del estado actual del sector de Alimentos con Valor Agregado en la región y su comparación con el estado deseado que se quiere alcanzar se han identificado las principales brechas que afectan el desarrollo de las empresas y su competitividad. Estas brechas son el resultado de un proceso de construcción participativa con los diferentes actores involucrados en el sector de Alimentos con Valor Agregado a nivel regional.

1. Calidad e inocuidad de productos

❖ Existe un segmento de productores de alimentos, que pueden mejorar la calidad de sus productos en términos de homogeneidad, inocuidad, sabor y formatos adecuados a las tendencias.

2. Desarrollo de ingredientes y productos

❖ La región dispone de capacidades limitadas para el diseño, desarrollo e innovación de productos.

3. Desarrollo de capital humano

❖ Los gerentes y propietarios de empresas tienen limitado acceso a herramientas de gestión y presentan debilidades en las competencias para administrar el negocio de Alimentos con Valor Agregado.

❖ Los conocimientos y capacidades técnicas de los actores de la cadena productiva son insuficientes y se encuentran desactualizados en relación a las exigencias que requiere el mercado de Alimentos con Valor Agregado.

4. Mercado

❖ La imagen de la mayoría de los productos regionales con valor agregado tiene un débil posicionamiento y valoración en los mercados nacionales e internacionales.

❖ Los empresarios no conocen suficientemente la oferta y la demanda de productos regionales y tienen una baja capacidad para mantenerse actualizados y vigentes para reaccionar a los cambios de la industria de Alimentos con Valor Agregado.

❖ Falta de estrategia para cimentar alianzas con generadores de tendencias para diseñar, desarrollar y posicionar productos regionales.

3.2 Ejes estratégicos.

Los ejes estratégicos corresponden al foco de las acciones necesarias para desarrollar la visión propuesta para el Programa al año 2025. Corresponde al andamiaje de largo plazo necesario para consolidar el desarrollo competitivo del sector de Alimentos con Valor Agregado.

Este programa ha definido los siguientes ejes:

1. Calidad e inocuidad de productos

2. Diseño, desarrollo de ingredientes y productos

3. Desarrollo de capital humano

4. Mercado

El objetivo es definir iniciativas concretas que sirvan como detonantes del cambio estratégico, permitiendo un fortalecimiento de las empresas e instituciones locales y sus transformaciones para que se ajusten a los requerimientos de los mercados de Alimentos con Valor Agregado.

Iniciativas transversales: se han definido un conjunto de iniciativas que impactan a todos los sectores productivos que aborda el Programa entendido como proyectos habilitadores que permiten que todas las empresas puedan acceder a mejorar su competitividad.

Las micros y pequeñas empresas que representan la mayoría de los emprendimientos en la región son las que tienen la oportunidad de beneficiarse

directamente de estas iniciativas entregando el programa las condiciones óptimas para asegurar que el máximo de empresarios cuente con herramientas y/o servicios para competir con las exigencias que impone el mercado de los Alimentos con Valor Agregado.

Iniciativas priorizadas: como hemos mencionado anteriormente en este documento, donde se definieron los sectores priorizados, estos constituyen la punta de lanza y un ejemplo para el resto de los sectores y marcan una tendencia. Este enfoque de la hoja de ruta tiene la finalidad de mejorar la efectividad en el impacto del Programa en sectores relevantes de la región.

Iniciativas emblemáticas: se han seleccionado las iniciativas más importantes de la hoja de ruta que corresponden a acciones relevantes que inciden de una forma estratégica en el desarrollo del Programa y son estructurantes del mismo.

Resumen de Ejes estratégicos:

1. Calidad e inocuidad de productos:

El objetivo de este eje estratégico es transitar de una producción artesanal de alimentos de calidad variable a alimentos innovadores con calidad homogénea, inocuidad, sabor y formatos adecuados a las tendencias, pero también cumpliendo con estándares de producción sostenible ambiental y socialmente.

2. Diseño, desarrollo de ingredientes y productos:

El objetivo es apoyar a los empresarios con una plataforma tecnológica que permita mejorar la información, incentivos y servicios disponibles regionalmente para que las empresas logren desarrollar sus productos actuales y desarrollar nuevos proyectos. Para que el desarrollo de productos tenga más éxito, no se requiere sólo de empresarios arriesgados y creativos, sino sobre todo de disponer de una asistencia profesional especializada para acercar lo máximo posible a las demandas del consumidor.

Para poder ofrecer esos servicios, se busca fortalecer los recursos humanos e infraestructura disponible para poder ofrecer más y mejores servicios para el diseño y pilotaje de desarrollo de alimentos.

Dado el actual tamaño de las empresas de la región que son principalmente pequeñas y microempresas, es fundamental contar con una plataforma que les brinde servicios para el desarrollo de productos y compartir los recursos humanos e infraestructura para el desarrollo de nuevos productos.

3. Desarrollo de capital humano:

El objetivo es apoyar a los gerentes, asesores y emprendedores de las empresas de alimentos e instituciones con la utilización de herramientas para poder diseñar y llevar adelante el negocio de alimentos especiales. Se requieren empresarios actualizados y vigentes con mucha agilidad en el proceso de innovación para adecuarse a las tendencias de los consumidores más exigentes.

Para competir en el negocio de Alimentos con Valor Agregado hay que adelantarse a las demandas de los consumidores, por lo tanto, hay que formar a proveedores de materia prima, asesores, técnicos encargados de producir alimentos y servicios gastronómicos en temas específicos de manera coordinada y articulada para asegurar cumplir con esos nuevos requisitos y exigencias a tiempo.

4. Mercado.

El objetivo de este eje estratégico es posicionar la imagen de productos regionales con valor agregado, su valoración en el mercado nacional e internacional y el desarrollo de la oferta y su relación con la demanda de productos regionales para reaccionar a los cambios de la industria de Alimentos con Valor Agregado.

En el negocio de Alimentos con Valor Agregado requiere de un ciclo más corto de comercialización, y todos deben estar perfectamente alineados para que la información fluya desde el productor al consumidor. No es sólo responder a tendencias específicas con el producto adecuado, sino un relato de la historia a contar: cómo, quién y dónde se produjo este alimento especial que representa valores que los consumidores quieren representar.

En contra punto del negocio de alimentos básicos, donde las marcas de supermercados están cubriendo las góndolas con precios bajos, los consumidores de Alimentos con Valor Agregado tienen un lenguaje diferente y los empresarios deben aprender a relacionarse a través de un vínculo que incluya la historia del productor, del proceso y de la región.

3.3 Programas de apoyo al Programa.

❖ **Programa Gestión de Innovación en PYMES** para apoyo a empresarios, quienes deben demostrar su experiencia en el desarrollo e implementación de métodos y herramientas orientadas a la gestión de la innovación y el trabajo colaborativo, así como capacidades de gestión, técnicas y financieras que lo avalan para la ejecución del proyecto.

❖ **Innovación e I+D Empresarial para Sectores Estratégicos de Alto Impacto** orientado a mitigar las brechas identificadas por el *Programa Estratégico Regional de Alimentos con Valor Agregado* en relación con el desarrollo de innovaciones tecnológicas, y el fortalecimiento de las asociaciones, para la sofisticación de los procesos de innovación empresarial dentro de la industria nacional.

❖ **Prototipos: innovación en productos y procesos** destinado al cofinanciamiento de proyectos que signifiquen el desarrollo de nuevos o significativamente mejorados productos (bienes, servicios) y/o procesos, hasta la fase de prototipo.

❖ **Validación y empaquetamiento de innovaciones** destinado al cofinanciamiento de proyectos que signifiquen el desarrollo de nuevos o significativamente mejorados productos (bienes, servicios) y/o procesos, desde la fase de prototipo y hasta la fase de validación y empaquetamiento.

❖ **Contratos tecnológicos para la innovación** que promueven el vínculo y colaboración entre empresas y entidades proveedoras de conocimiento (I+D) para resolver un desafío u oportunidad con alto componente de I+D, generando transferencia de conocimiento y de tecnologías (capacidades tecnológicas y de innovación).

❖ **Programa de Apoyo al Entorno para el Emprendimiento e Innovación PAEI-Regional** que fomentan el reforzamiento del entorno y/o cultura de emprendimiento e innovación, con la finalidad de hacer propicio el ecosistema, y así contribuir en mejorar las condiciones en las cuales se desarrolla la actividad emprendedora, a través de programas de amplio impacto regional, que validen y promuevan la opción de emprender y el uso de la innovación como herramientas privilegiadas de desarrollo económico y social.

❖ **Programa de Aceleración de Emprendimientos en Sectores Estratégicos** focalizado para generar y ejecutar estrategias de crecimiento y financiamiento para el escalamiento del emprendimiento que implican: acelerar las ventas de estos emprendimientos con soluciones innovadoras para aquellos sectores estratégicos priorizados, generando planes de negocios ambiciosos.

4. Hoja de Ruta.

La Hoja de Ruta del Programa se ordena a partir de los Ejes estratégicos y sus iniciativas transversales y priorizadas ya identificados previamente.

Además, se incluye el presupuesto estimado para cada iniciativa en el período de 10 años (2016/2025).

La Hoja de ruta del programa, se adjunta al final del documento.

5. Presupuesto

EJE ESTRATEGICO	INICIATIVAS	CORFO	PUBLICO	PRIVADO	TOTAL
Calidad e inocuidad de productos	4	1.615	1.130	515	3.260
Diseño de ingredientes y productos	2	2.600	4.950	3.220	10.770
Desarrollo de capital humano	2	1.100	3.200	400	4.700
Mercado	4	1.900	2.240	2.150	6.290
Total	12	7.215	11.520	6.285	25.020
%		29	46	25	100

Nota: el presupuesto del sector público (no CORFO) corresponde a financiamiento de instituciones públicas como Sercotec, Fosis, entre otras, y co-financiamiento a través de Políticas Sectoriales (Silvoagropecuaria, Turismo y Pesca) y a la acción del Gobierno Regional a través del FIC regional principalmente.

6. Frutos Tempranos

INICIATIVA	PLAZO DE EJECUCIÓN	PRESUPUESTO Y LÍNEA DE APOYO	ALIADOS ESTRATÉGICOS
Desarrollo e implementación de un modelo de inocuidad en productos de queseras artesanales	12 meses	\$ 60.000.000	FIA/UACH (Cenerema-Icytal)
Programa de buenas prácticas en la producción de quesos artesanales	12 meses	\$ 70.000.000	Corporación Regional de Desarrollo Productivo
Programa de Formación para la Industria Alimentaria (PFC)	8 meses	\$ 23.000.000	Centro de Educación Continua UACH
NODO: Agroindustrias	12 meses	\$ 50.000.000	Biología Agropecuaria (BTA)
NODO: Alimentos Procesados con Valor Agregado.	12 meses	\$ 44.000.000	Corporación Regional de Desarrollo Productivo
NODO: Mujeres elaboradoras de Alimentos con Valor Agregado	12 meses	\$ 50.000.000	Ingema Spa
PROFO: Exportador de arándanos orgánicos Los Ríos	12 meses	\$ 50.000.000	Consortio de Desarrollo Tecnológico Apícola S.A
Construcción y habilitación de Planta procesadora de miel y cera.	18 meses	\$1.100.000.000	Corporación regional de desarrollo productivo/ Corfo/Shared Interest/ Consortio ACRE(UK)
Profundización de Hoja de ruta sector Apícola, Región de Los Ríos.	2 meses	\$ 700.000	Consortio de Desarrollo Tecnológico Apícola S.A.
Profundización Hoja de ruta sector cervecero, Región de Los Ríos.	3 meses	\$1.500.000	Fac. de Ciencias Económicas UACH/FIC – Gore Los Ríos.
	Total	\$ 1.449.200.000	

7. Vinculación con otros Programas Estratégicos

❖ Programa Nacional de Alimentos Saludables

La relación y complementación de AVA Los Ríos se realizará a través de las siguientes iniciativas contempladas en la Hoja de Ruta del Programa Nacional de Alimentos Saludables:

- Centro Tecnológico en alimentos para diseño, prototipaje y escalamiento: se coordinará la oferta de servicios tecnológicos relacionados a lo largo del territorio nacional, incorporando nuevas alianzas a lo largo de los diez años previstos para su operación.
- Desarrollo de ingredientes funcionales y aditivos naturales especializados.
- Desarrollo de ingredientes funcionales y programa de desarrollo de envases para alimentos.

❖ **Programa Meso Regional de Logística**

Coordinación con proyectos de logística regional y centros de distribución en Santiago.

❖ **Programa Meso Regional de Turismo**

Implementación de Iniciativas relacionadas con valorización de alimentos locales asociados a la identidad del territorio y desarrollo turístico.

❖ **Programa Estratégico Regional Valdivia Innovadora, Sustentable y Creativa**

El ecosistema desarrollado por este programa estratégico regional generará las condiciones para el desarrollo de Alimentos con Valor Agregado.

MARCO LOGICO DE HOJA DE RUTA COMPETITIVA

EJE ESTRATEGICO		INICIATIVA		OBJETIVO	ACCIONES	Financiamiento	PRESUPUESTO 2016/2025			
N°	Nombre	N°	Nombre				CORFO	PUBLICOS	PRIVADOS	TOTAL
1	Calidad e inocuidad de productos	1.1	Plan para la estandarización de procesos productivos y homogeneidad de productos	Asegurar la calidad, homogeneidad y transferencia de productos.	Caracterización y estado del arte de los alimentos con valor agregado disponibles en la región	Bien público	0	500	140	640
					Definición de parámetros físicos, químicos y organolépticos de los productos para disponer de los estándares regionales.	Bien público				
		1.2	Programa regional de caracterización, análisis y evaluación de productos con valor agregado.	Identificar y evaluar el estado actual de los productos regionales para poder sensibilizar sobre las debilidades y oportunidades de mejoras.	Programa de evaluación empresarial de alimentos, para identificar el GAP respecto al estandar.	FIC Regional, Mejora Negocios	1.150	50	50	1.250
					Programa de Asistencia profesional para superar las brechas identificadas	Mejora Negocios, Fondos de Asesorías Empresariales, PDT L2 y FOCAL				
		1.3	Implementación de un sistema de aseguramiento de calidad e inocuidad de productos.	Disponer, mantener y actualizar capacidades (equipamiento y equipo de profesionales especializados) accesibles en análisis químico y microbiológico para asegurar la calidad e inocuidad de los productos/alimentos.	Vinculación con el Centro Tecnológico en alimentos, mediante la incorporación de capacidades nacionales a la región para contar con implementación tecnológica y un equipo de profesionales especializado en análisis de alimentos.	IPRO, PRAE, Semilla CORFO, PIRE, ITEC 1 y 2, Voucher de innovación, FOCAL.	385	560	325	1.270
					Incorporación de actores tecnológicos regionales al Centro Tecnológico en alimentos	Bien público				
		1.4	Creación de una Norma para la producción de cervezas artesanales	Contar con una normativa chilena para la producción de cerveza artesanal.	Diseñar una propuesta de normativa para la producción de cerveza artesanal. Sociabilización con autoridades públicas para concretarla en un proyecto de ley.	Bien público	80	20	0	100
2	Diseño de ingredientes, productos,	2.1	Plan de vinculación, desarrollo y fortalecimiento para	Acceder y disponer del equipamiento y recursos humanos especializados	Acceder a los servicios que dispondrá el programa CeTA a nivel nacional.	Bien Público, FIC Regional, FNDR, IPRO, PRAE, Semilla	200	2.550	1.920	4.670

procesos y desarrollo de envases		el diseño y prototipaje de ingredientes, productos y procesos.	necesario para el desarrollo de nuevos procesos, ingredientes y productos.		CORFO, PIRE, ITEC 1 y 2, Voucher de innovación				
				Desarrollo y fortalecimiento de un programa tecnológico, incluida planta piloto regional para sector de Alimentos con Valor Agregado (lácteo incluido en el programa CeTa), para desarrollo de conceptos, prototipaje y pilotaje de productos.	Bien Público, FIC Regional, FNDR, IPRO, PRAE, Semilla CORFO, PIRE, ITEC 1 y 2, Voucher de innovación	1.000	1.700	600	3.300
				Diseño, desarrollo y prototipaje de un queso con características únicas de Región de Los Ríos, con Denominación de Origen.	Bien público, FIC Regional, FNDR	750	250	250	1.250
				Diseño, desarrollo y prototipaje de una cerveza artesanal con características únicas de Región de Los Ríos, con Denominación de Origen.	Bien público, FIC Regional, FNDR	150	50	50	250
				Diseño, desarrollo y prototipaje de una miel con características únicas de Región de Los Ríos, con Denominación de Origen.	Bien público, FIC Regional, FNDR	300	100	100	500
	2.2	Vinculación con "Programa Tecnológico Estratégico: Desarrollo de envases y materiales de embalaje sustentables" y con el "Centro Tecnológico en alimentos para	Vincularse con las iniciativas que desarrollará el Programa Estratégico Nacional de Alimentos Saludables, para contar con los servicios especializados necesarios para el desarrollo de nuevos envases.	Integrarse a las dinámicas asociativas y cooperativas para lograr masa crítica, especialización y profundidad tecnológica en el área de envases	Programa Estratégico Nacional de Alimentos Saludables	200	300	300	800
				Participar en la creación y ejecución del portafolio de proyectos que desarrollará en la Región de Los Ríos	Programa Estratégico Nacional de Alimentos Saludables				

			diseño, prototipaje y escalamiento"		Vinculación con el Centro Tecnológico en alimentos generado por el PEAS, en su tercera etapa de desarrollo de envase, mediante la participación e incorporación a nuevas alianzas con instituciones regionales.	Programa Estratégico Nacional de Alimentos Saludables				
3	Desarrollo de capital humano	3.1	Programa de formación de capital humano integral para perfeccionar habilidades en la industria de alimentos con Valor Agregado.	Formación y capacitación continua para el capital humano de la industria de alimentos con valor agregado.	Diagnóstico sobre las brechas en capital humano para los sectores priorizados: queso, cerveza y miel.	Acción temprana realizada PFC Diagnóstico	0	1.000	200	1.200
					Elaboración de programas de formación para el desarrollo de habilidades, competencias y destrezas de gestión y gerenciamiento.	PFC Desarrollo, Bienes públicos, SENCE	500	2.000	0	2.500
					Elaboración de programas de formación para el desarrollo de habilidades, competencias y destrezas profesionales y de oficios.	PFC Desarrollo, Bienes públicos, SENCE				
		3.2	Creación de un modelo de extensión de conocimientos para la operación de la Industria de alimentos con Valor Agregado.	Contar con un modelo de extensión creado de forma colaborativa con el Centro de desarrollo tecnológico e investigación de alimentos de la Región de Los Ríos (Máfil)	Creación del modelo de extensión, pilotaje del modelo y capacitación a profesionales y técnicos de la Región	Centro de desarrollo tecnológico e investigación de alimentos de la Región de los Ríos. Financiado por CONYCIT y GORE.	600	200	200	1.000
4	Mercado	4.1	Desarrollo de una imagen de carácter regional de alimentos con Valor Agregado.	Potenciar los productos regionales y su valor gastronómico en el mercado	Diseño y producción de una imagen representativa a nivel regional. Elaboración del relato. Diseño de campañas y elaboración de productos audiovisuales	Bien público, FIC, FNDR.	150	0	0	150

		4.2	Elaboración y operación de un Plan de Promoción de los Alimentos con Valor Agregado de la región.	Posicionar los alimentos con valor agregado de la Región de los Ríos, en el mercado nacional e internacional.	Elaboración y ejecución de un programa de promoción nacional de los alimentos con valor agregado. (rondas de negocios, misiones comerciales y visitas con referentes del canal horeca y tiendas especiales. Participación y asesorías en ferias gastronómicas y organización de degustaciones. Gestión del posicionamiento de la imagen regional creada.)	GORE, Promoción y canales de comercialización.	950	950	1.630	3.530
					Elaboración y ejecución de un programa de promoción internacional de los alimentos con valor agregado, en coordinación con ProChile en las acciones a ejecutar.	ProChile				
		4.3	Programa de desarrollo de modelos de comercialización innovadores	Fomentar canales de comercialización innovadores de productos regionales que aseguren ser una vitrina en espacios estratégicos.	Fortalecer la asociación y asociatividad de los empresarios de alimentos con valor agregado para desarrollar comercialización y marketing en conjunto (comercio justo, otros).	NODO, NODE, PROFO, JUNTOS, Fortalecimiento gremial y cooperativo.	0	500	0	500
					Promover proyectos nuevos que contengan alianzas estratégicas entre canales de comercialización innovadores y las empresas de productos regionales.	PROFOS, JUNTOS, Promoción y canales de comercialización.				
					Plataforma de regional de exhibición y comercialización de alimentos con valor agregado	PROFO, PDP, Promoción y canales de comercialización.				
		4.4	Sistema de información estratégica para la competitividad	Generar y relevar información estratégica relacionada con la producción de alimentos con valor agregado.	Implementación de un sistema regional de Información de tendencias, mercados de alimentos de valor agregado e información tecnológica especializada.	Bien público, FIC, FNDR.	800	790	520	2.110
							7.215	11.520	6.285	25.020
						Proporción (%)	29	46	25	

