

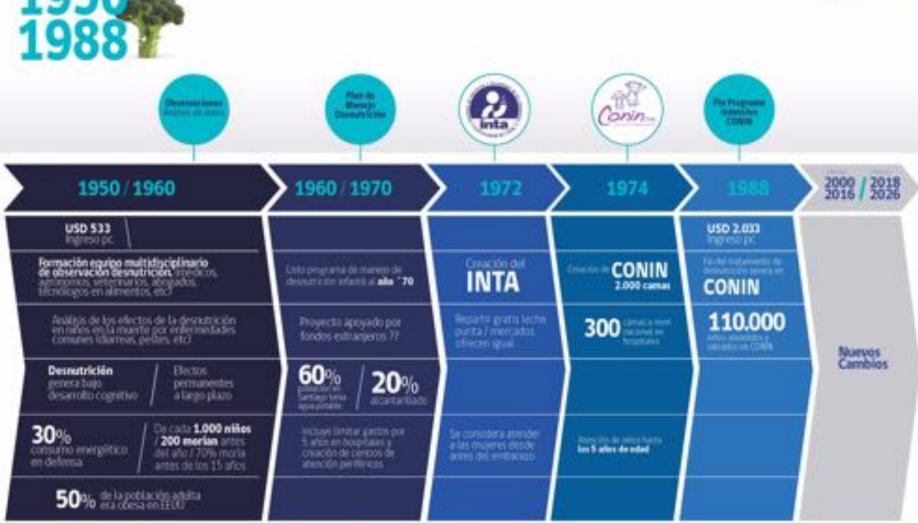
Facultad de Agronomía

Investigación en colaboración entre universidades y la industria de alimentos M. Angélica Fellenberg Plaza

Evolución de algunas Políticas Públicas: alimentación y alimentos









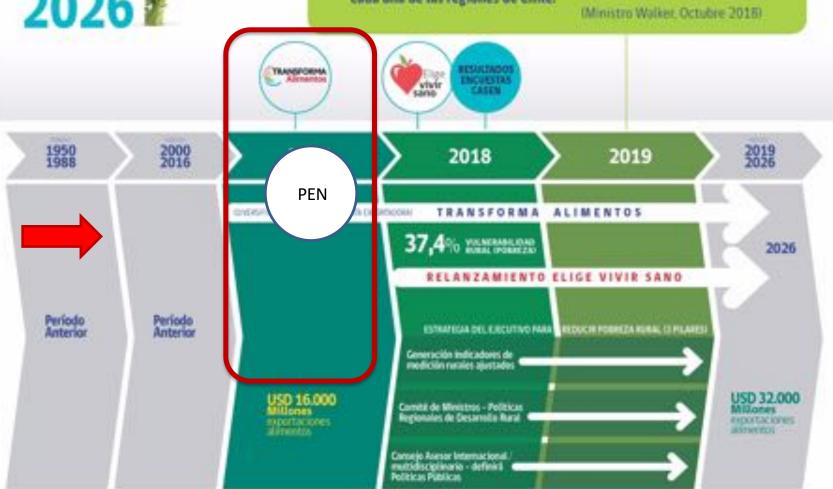






2018

La principal herramienta para terminar con la pobreza rural es tener una agricultura fuerte, pujante, rentable, moderna y sustentable en cada una de las regiones de Chile.



Transforma Alimentos: Motor que ayuda a articular el ecosistema de I+D+i en alimentos



Transforma Alimentos:

www.transformaaliementos.cl



Destacados
Iniciativas Redes PIA+S

Programa Estratégico Nacional: alimentos saludables

- Brechas y ejes
- Hoja de ruta

Así, el PEN habrá de ser el medio para apoyar a las empresas chilenas de alimentos en el aprovechamiento de esta oportunidad de manera, que al final del proceso Chile cuente con un sector de alimentos sofisticado y competitivo, que sea, además, uno de los pilares fundamentales de la economía chilena.

Para ello, habrán de superarse las brechas identificadas, especialmente la desarticulación del sector, es decir, la debilidad de las relaciones del sector alimentos con el resto de las actividades económicas, la escasa transferencia de conocimiento y tecnología, y la frágil institucionalidad de apoyo al sector. Habrá de reforzarse la sustentabilidad y el aprovechamiento de las materias primas y la biodiversidad del país, mejorar las infraestructuras y el capital humano, asegurar la calidad, inocuidad y trazabilidad de los productos chilenos, y construir una imagen país, que facilite la presencia de las empresas de alimentos chilenas en el mundo.



FORTALEZAS

- Biodiversidad para la obtención de ingredientes y materias primas.
- Clima Mediterráneo
- Condiciones fito y zoo sanitarias
- Empresas Insertas en cadenas de valor globales. Competitividad en las etapas iniciales de la cadena de valor.
- Gran número de Acuerdos comerciales con presencia en 150 países
- Empresas grandes, con altos estándares de calidad y con certificaciones para los mercados internacionales
- Contraestación respecto a los principales mercados consumidores

DEBILIDADES

- Baja especialización científica en materia de alimentos
- Falta de capital humano avanzado
- Legislación excesivamente restrictiva
- Falta de una institucionalidad común en alimentos
- Baja inversión empresarial en I+D y tecnología
- Alto costo de la energía y escasez agua
- Fuerte concentración de los recursos en Región Metropolitana
- Inexistencia de clusters
- Muy baja asociatividad
- Débil relación universidad-empresa
- Dificultades de las PYMES para obtener financiamiento y acceso a infraestructura y servicios para la innovación.
- Posicionamiento con bajo valor agregado en las cadenas de valor globales.
- Lejanía geográfica a los mercados son los largos tiempos de tránsito.
- Su extensión geográfica limita la producción de grandes volúmenes.

OPORTUNIDADES

- Aumento consumo y demanda alimentos saludables a nivel mundial.
- I+D+I en Chile adaptativa de los resultados de I+D+I internacionales. Mercado laboratorio.
- Imagen país como productor de alimentos saludables.
- Avances tecnológicos en logística y conservación alimentos para superar las largas distancias.
- Creciente conciencia en la población de la importancia de la alimentación en la salud, lo que puede suponer un aumento del consumo interno.
- Valoración internacional de la sustentabilidad.

AMENAZAS

- Alto costo de la I+D+I, accesible para las multinacionales
- Cambio climático que afecta a la producción de materias primas
- Barreras de entrada y mayores exigencias en normas y certificaciones
- Fluctuaciones de los tipos de cambio

A que nos enfrentamos?



Consumidor de hoy

- Mayor preocupación por salud y bienestar
- Valora su tiempo
- Motores de cambio
- Mas "verdes"



Alimento de hoy

- Natural, orgánico, "libre de..."
- Mínimo proceso
- Responde a segmentos especializados
- Genera "experiencias"
- Listo para consumir

La industria de alimentos es el segundo conjunto mas importante de la economía chilena

Sus Exportaciones representan el 23% del valor total del país.

Sus Ventas suponen el 20% del total de ventas del país.

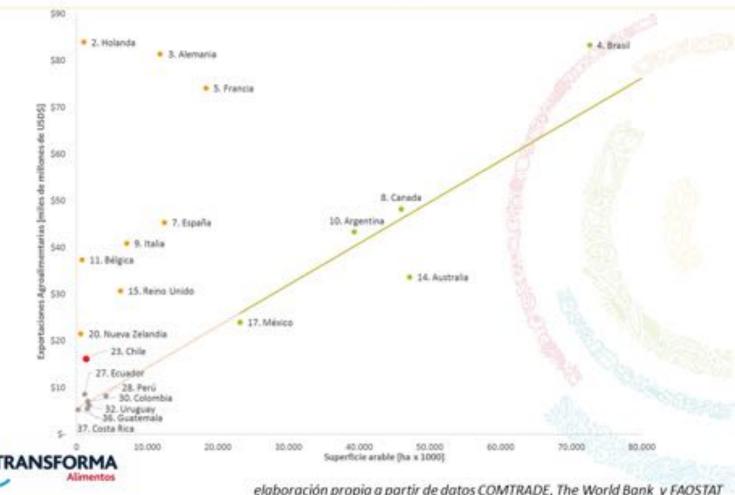
Con 319 mil empresas, representa un tercio de las empresas chilenas (31% del total del país) y genera 2 millones de empleos, casi la cuarta parte del empleo total chileno (23% del empleo nacional)

PEN: Estrategias de desarrollo

Países de gran superficie, pueden competir por volumen

Países de menor superficie que han logrado intensificar su producción agropecuaria y apuntan a un mayor desarrollo de productos, tales como España.

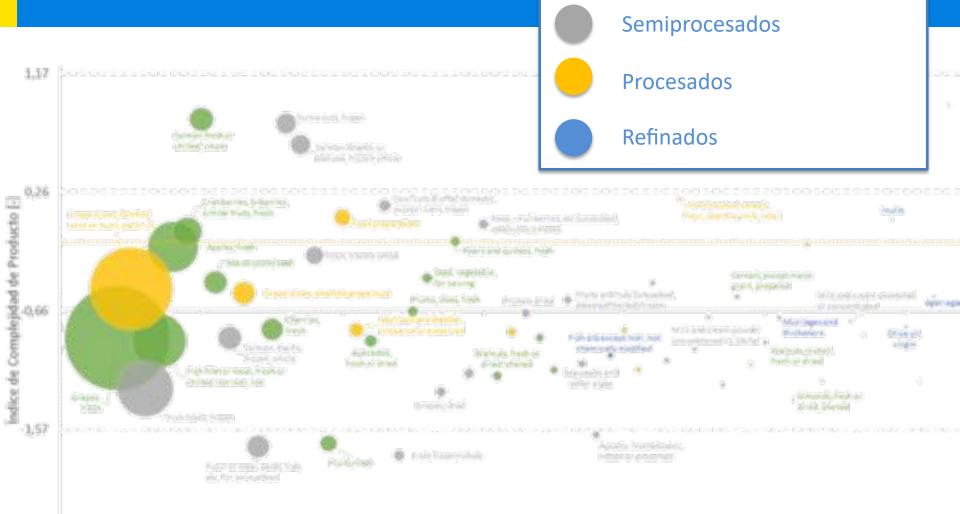
Países de menor superficie, apuntando al refinamiento de estos a ingredientes y aditivos, y al desarrollo de productos y soluciones a partir de estos, tales como el Reino Unido.



elaboración propia a partir de datos COMTRADE, The World Bank y FAOSTAT

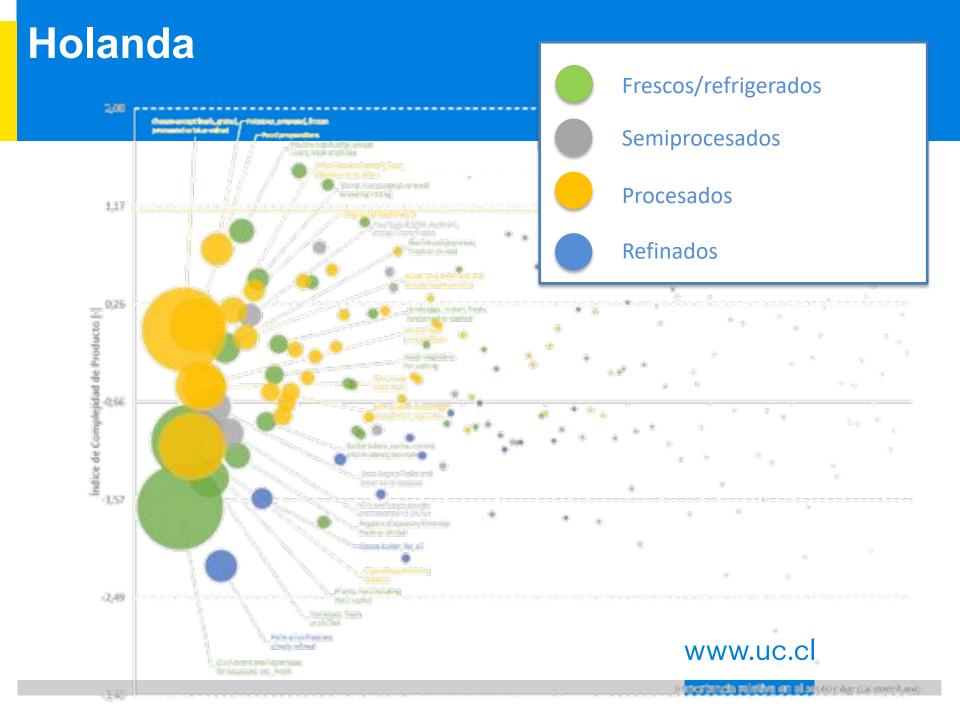
Diversificar y sofisticar la oferta chilena de alimentos procesados e ingredientes con atributos que respondan a las necesidades de salud y bienestar del consumidor.

Chile

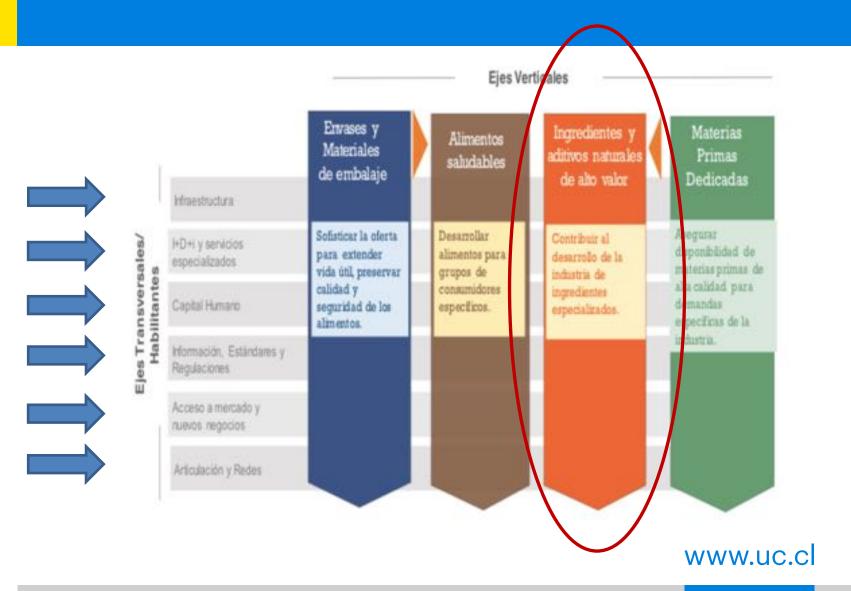


www.uc.cl

Frescos/refrigerados



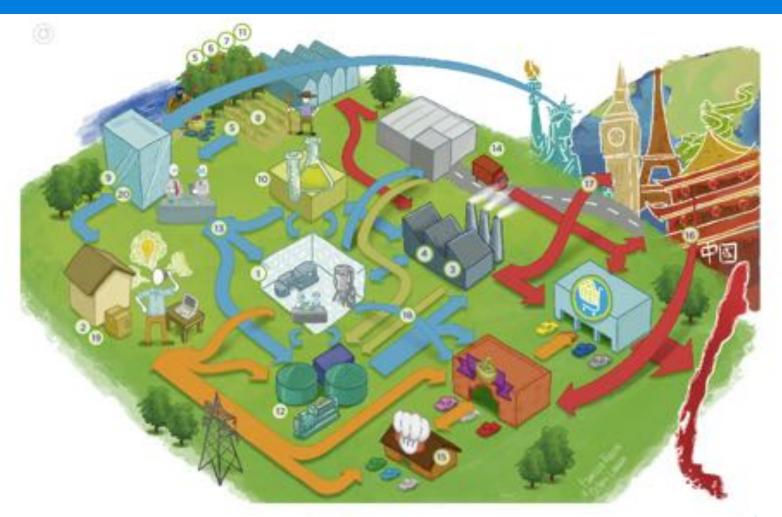
Ejes que apuntan a superar las brechas



Ejes estratégicos: Transforma alimentos



Ecosistema de innovación alimentaria



Que se está haciendo?







Polos Territoriales de Desarrollo Estratégico



Financiamiento de Iniciativas priorizadas



Resultados de I+D+i esperados al 2025









Quienes somos?



Consorcio empresas de alimentos + universidades + Estado



Relación Industria/Academia

PAÍSES DESARROLLADOS

- Industria invierte ≈ 30% de sus ganancias en Desarrollo e Innovación
- Contrata Investigadores expertos que investigan con modernas tecnologías.
- Desarrollan estándares basados en Ciencia
- Trabajan en conjunto con la Academia

INDUSTRIA

• La academia quiere publicar y es lenta. No anda al ritmo de la Industria.



ACADEMIA

• La Industria quiere innovar, siempre que sea rápido y sin gastos para ella.

Participantes IFAN





Gestor























Asociados









Interesados www.uc.cl

VALORES CLAVE



















CONFIANZA















LIDERAZGO

















EXCELENCIA



































Objetivos Programa







Gestión, Gobernanza y proyección de largo plazo Desarrollo de prototipos, escalamiento y valorización total



Antena Tecnológica y atracción de Inversión



Estrategia y comercialización nacional e internacional



Diversificación y sofisticación de la oferta IFAN a través de una plataforma Universidades y Empresas



Transferencia Tecnológica

Árbol de proyectos





Resultados Esperados



Alianzas Estratégicas

Productos comerciales

Propiedad Intelectual 30 Prototipos

Empresas de la cadena de valor participando PTE

S Capital Humano

Producto
Precomercial

Modelos de transferencia tecnológica

Difusión

DESAFIO: Disminuir las brechas en un trabajo conjunto



Fondos para I+D+i





Agradecimientos

Nuri Gras: Secretaria Ejecutiva ACHIPIA (www.achipia.cl)

Francisco Rossier: Transforma Alimentos (www.transformaalimentos.cl)

Tamara Trincado: Corfo: (www.corfo.cl)

Muchas gracias Por su atención!!!