



Informe final

Avance en la implementación de hoja de ruta contenida en el plan estratégico del Programa del Mar a Mi Mesa, para el aumento del consumo interno de productos pesqueros

Preparado para Subsecretaría de Pesca y Acuicultura (Subpesca).
Código CUI 2018-1-DPP-1 (ID 4728-2-LP18)

Por: Área de Alimentos y Acuicultura
Fundación Chile | Agosto 2019



1. RESUMEN EJECUTIVO

La Subsecretaría de Pesca y Acuicultura ha relevado la necesidad de continuar con el trabajo realizado durante el año 2017 con el “Plan Estratégico para Aumentar el Consumo de Productos del Mar en Chile”. En este sentido, se lleva a cabo el “Avance en la implementación de hoja de ruta contenida en el plan estratégico del Programa del Mar a Mi Mesa, para el aumento del consumo interno de productos pesqueros” que tiene como objetivo elaborar e implementar un plan detallado de comunicaciones de alcance nacional, dar apoyo en la implementación y seguimiento de coordinaciones público-privadas, iniciativas asociadas, actividades, entre otras, para disponer e implementar acciones y soluciones que permitan aumentar el consumo interno de estos productos.

Como parte de la estrategia de esta etapa de implementación, se conformó una Gobernanza de Del Mar a Mi Mesa, con el fin de lograr compromiso y cooperación de actores claves, en el desarrollo de actividades y en el trabajo ampliado por cada Subcomité definido según ejes de trabajo. Por su parte, el Comité Directivo está compuesto por Subpesca y Fundación Chile, y en su primera sesión de inicio del proyecto se definió que la Gobernanza debía ser constituida por FPPA, FAP, Sernapesca, Minsal, Junaeb, CORFO, Elige Vivir Sano, FAO, Pymepes, AmiChile, Confepach, Condepp, Conapach, Propescado, SalmonChile, Mejillón de Chile, Mindep, Achipia y Más Mar, quienes fueron convocados e invitados a participar.

Los focos de la etapa de implementación del programa se centran en promover el trabajo colaborativo de distintas organizaciones a nivel nacional, fortaleciendo las iniciativas que se están ejecutando en paralelo, de manera de robustecer un plan nacional para el aumento del consumo de productos del mar, complementando además con nuevas acciones que han sido identificadas en la hoja de ruta. Así mismo, se desarrolló un plan detallado de comunicaciones de alcance nacional, proyectado a 5 años, de manera de consolidar el programa y posicionando la marca, transmitiendo de manera efectiva el valor de éste.

Para dar cumplimiento a los objetivos planteados en el proyecto, se trabajó en los siguientes ámbitos:

- Gobernanza y coordinación general
- Desarrollos de contenidos e investigación
- Eventos y seminarios
- Difusión (material y presencia en RRSS)

Los resultados a la fecha han podido evidenciar gran compromiso y preocupación de los diversos actores colaboradores. El trabajo realizado por el Subcomité ampliado fue sumamente exitoso y permitió comprobar la importancia del trabajo conjunto en este tipo de desafíos y lo fundamental que es generar alianzas para obtener los resultados esperados. Se evidenció la existencia de múltiples iniciativas que colaboran directa o indirectamente con el aumento de consumo de productos del mar, y por ende, con programa que lidera Supesca. Esta instancia de trabajo permitió identificarlas y compartirlas entre los colaboradores, ya que muchas de ellas se ejecutaban a nivel interno de las organizaciones, y por lo tanto sin promoción alguna. Así mismo, se comprobó que esta instancia permitió resolver dudas, tomar decisiones y generar alianzas de colaboración y apoyo entre los asistentes y con el Programa mismo.

El programa logró posicionarse como una iniciativa multiactorial, orientada a promover el aumento de consumo de productos del mar, siendo considerada para integrar diversas instancias público-privadas que abordan líneas de alimentación saludable, capacitación de pescadores artesanales, difusión amplia, entre otros.

Por otra parte, los actores que se involucraron en algunas de las iniciativas o trabajos realizados por el Programa a lo largo del proceso, están verdaderamente comprometidos, dispuestos a ayudar y atentos a los próximos pasos y eventos. Hay confianza en el proyecto y en los logros ya obtenidos, y compromiso de los participantes en continuar cooperando desde sus organizaciones y también individualmente. En este sentido, es relevante que los miembros de la gobernanza y, especialmente los actores públicos, concurren con toda la batería de instrumentos financieros, presencia territorial, esfuerzos comunicacionales y articulaciones público-privadas para mantener esta instancia de colaboración y ejecutar los pasos a seguir según la hoja de ruta definida, generando impacto a nivel nacional.

Entre las principales recomendaciones para continuar con esta tarea, se encuentra:

1. Asegurar continuidad del programa, idealmente a través de una política pública, y de la marca Del Mar a Mi Mesa que ya es sumamente conocida, querida y aceptada, tanto por actores públicos como privados.
2. Instalar el programa como iniciativa articuladora al más alto nivel, tomando en consideración la sintonía con líneas de trabajo a nivel de FAO, OMS, OPS, entre otros organismos globales.
3. Establecer incentivos a las iniciativas que alineen sus acciones e indicadores al aumento de consumo de productos del mar, por ejemplo, facilitando promoción y valor reputacional para instancias privadas.

4. Construir identidad del programa en medios digitales de comunicación para acceder a las audiencias más importantes en el cambio de hábitos de consumo, como son millennials, jóvenes y niños desde la edad más temprana. Se requiere página web propia para empoderar al programa, canales en redes sociales, visibilidad para autoridades, entre otros.
5. Focalizar los esfuerzos en los territorios, generando intervenciones coordinadas con las diversas instancias públicas y privadas para maximizar impacto. Evaluar pilotaje de diversas fórmulas para apoyar a los pescadores artesanales y revisión de mejores prácticas para replicar y multiplicar sin necesidad de “reinventar la rueda”.
6. Construir mensajes que atraigan y promuevan respuestas concretas de las diversas audiencias objetivas, desde empresas, profesores, jefas y jefes de hogar, niños y niñas, pescadores artesanales, trabajadoras y trabajadores, etc. Para asegurar que los esfuerzos están alineados con las metas del programa.
7. Comprometer recursos para asegurar la ejecución a largo plazo de esta iniciativa, para instalarla como una política de Estado.

En este informe se presentan las actividades ejecutadas y resultados obtenidos, junto con las modificaciones al plan de actividades inicial, dando respuesta a los cambios de ejes estratégicos de Subpesca, así como también las priorizaciones y enfoques según necesidades y oportunidades detectadas a lo largo del proyecto.



ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO	2
2. OBJETIVOS	8
2.1. Objetivo General	8
2.2. Objetivos Específicos.....	8
3. ANTECEDENTES	9
4. PLAN DE ACTIVIDADES	11
5. METODOLOGÍA DE TRABAJO	12
5.1. Reunión inicial de comité directivo.....	12
5.2. Reuniones periódicas comité directivo	14
5.2.1. Segunda sesión de Comité Directivo.....	15
5.2.2. Tercera sesión de Comité Directivo	16
5.2.3. Cuarta sesión de Comité Directivo.....	17
5.2.4. Quinta sesión de Comité Directivo.....	18
5.2.5. Sexta sesión de Comité Directivo.....	19
5.2.6. Séptima sesión de Comité Directivo	20
5.3. Revisión plan estratégico nacional con foco en el primer año	20
5.4. Revisión de actores involucrados en Del Mar a Mi Mesa 2017 y levantamiento de nuevos actores a convocar	21
5.5. Levantamiento inicial financiamiento disponibles.....	22
5.6. Sesión 1 gobernanza	23
5.7. Lanzamiento.....	24
5.8. Desarrollo de herramienta (Excel) para seguimiento de actividades e iniciativas levantadas en plan	28
5.9. Subcomité 1.....	29
5.10. Articulación y seguimiento implementación hoja de ruta	32
5.11. Subcomité 2.....	34
5.12. Actualización directorio de fuentes de financiamiento disponibles.....	34
5.13. Acercamiento informativo y coordinación formalización de gobernanza	34
5.14. Sesión 2 gobernanza	35

5.15.	Desarrollo de contenidos para capacitación.....	36
5.15.1.	Contenido de capacitación para padres y apoderados.....	36
5.15.2.	Contenido de capacitación para pescadores artesanales.....	37
5.15.3.	Contenido de capacitación para manipuladores de alimentos.....	37
5.16.	Pilotaje de contenidos capacitación.....	38
5.16.1.	Pilotaje de contenido de capacitación para padres y apoderados	38
i.	PILOTO 1- Capacitación Padres y apoderados- Padres, madres y apoderados Corporación TresA- Lo Prado .	38
ii.	PILOTO 2- Capacitación Padres y apoderados- Colegio Santa María de Las Condes	41
5.16.2.	Pilotaje de contenido de capacitación para pescadores artesanales	41
i.	PILOTO 1- Capacitación pescadores artesanales- Centro de investigación del Instituto de Fomento Pesquero- Sector Caleta Hueihue	41
ii.	PILOTO 2- Capacitación pescadores artesanales - Consejo Regional de Pescadores Artesanales- Corepa, ubicado en Palena 270-B, Puerto Montt.	42
iii.	PILOTO 3- Capacitación pescadores artesanales – Sindicato de Algueras de Coliumo	42
5.16.3.	Pilotaje de contenido de capacitación para manipuladores de alimentos	42
5.17.	Plan de comunicaciones y difusión año 1	42
5.18.	Desarrollo de contenidos de actividades para difusión	43
5.19.	Instancias de difusión.....	44
5.19.1.	Actividades de difusión en ferias libres o lugares de venta de productos del mar	45
5.19.2.	Actividades con presencia de público infantil.....	47
5.20.	Intervenciones formativas en comunidades escolares.....	48
5.21.	Preparación y ejecución de seminario	49
5.22.	Evento de cierre	50
6.	RESULTADOS POR OBJETIVOS.....	51
6.1.	Objetivo 1 y 2. Asesorar y entregar apoyo logístico y técnico en el proceso de implementación del Plan Estratégico para aumentar el consumo interno de productos del mar. Brindar soporte logístico en la participación de actores públicos y privados y de la sociedad civil, para el desarrollo de una campaña nacional coordinada.....	51
6.1.1.	RESULTADO A: Directorio de fuentes de financiamiento	51
6.2.	Objetivo 3: Elaborar e implementar un plan detallado de comunicaciones de alcance nacional.....	52
6.2.1.	RESULTADO B: Plan detallado de comunicaciones y medios de alcance nacional, con acciones de corto plazo (año 1).	52
6.2.2.	RESULTADO C: Plan de comunicaciones y medios de alcance nacional a 5 años.	60
6.2.3.	RESULTADO D: Reporte con los resultados de las principales actividades.....	61



6.3.	Objetivo 4: Ejecutar acciones propuestas en la hoja de ruta como parte de las soluciones identificadas.	61
6.3.1.	RESULTADO E: Registro gráfico	61
6.3.2.	RESULTADO F: Actividades de difusión – materiales	62
6.3.3.	RESULTADO G: La presencia en medios de radio difusión, como mínimo de alcance local, en al menos 1 mes durante el período de ejecución del proyecto Actividades de difusión – materiales.....	105
6.3.4.	RESULTADO H: Participación en 6 actividades de difusión	105
6.3.5.	RESULTADO I: Seminario	109
6.3.6.	RESULTADO J: Actividad de cierre.....	109
6.3.7.	RESULTADO L: Material escrito y digital del diseño de intervención educativa validada en al menos dos oportunidades.....	111
6.4.	Objetivo 5: Promover la formalización de la gobernanza a través un Memorandum de entendimiento por parte de los integrantes del Comité Técnico del Desarrollo de la etapa de construcción del Plan Estratégico (2017).....	112
7.	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	112
8.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	116
9.	ANEXOS	118



2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo General

Avanzar en la implementación de la hoja de ruta para el aumento del consumo interno de productos pesqueros.

2.2. Objetivos Específicos

- a) Asesorar y entregar apoyo logístico y técnico en el proceso de implementación del Plan estratégico para aumentar el consumo interno de productos del mar.
- b) Brindar soporte logístico en la participación de actores públicos y privados y de la sociedad civil, para el desarrollo de una campaña nacional coordinada.
- c) Elaborar e implementar un plan detallado de comunicaciones de alcance nacional.
- d) Ejecutar acciones propuestas en la hoja de ruta como parte de las soluciones identificadas.
- e) Promover la formalización de la gobernanza a través un Memorandum de entendimiento por parte de los integrantes del Comité Técnico del Desarrollo de la etapa de construcción del Plan Estratégico (2017)

3. ANTECEDENTES

Chile siendo una potencia pesquera y acuícola, registra un bajo consumo de productos del mar, ya que aproximadamente consume 13 kilos per cápita de pescados y mariscos anualmente, lo cual nos mantiene lejos del promedio mundial de 20 kilos, de acuerdo a los datos aportados por la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación (FAO).

De igual manera, en la gestión de la actividad de la pesca, se ha identificado como una de las áreas claves para el desarrollo y sustentabilidad del sector, la necesidad de promover y aumentar el consumo de productos del mar, surgiendo esto último como una temática prioritaria debido a los beneficios nutricionales que proporciona su consumo para la población, como también en razón a la oportunidad que ofrece como alternativa de desarrollo y diversificación para los actores de la pesca.

Durante el año 2017, la Subsecretaría de pesca y Acuicultura se hizo cargo del desafío de fomentar y aumentar el consumo de productos del mar en Chile y trabajó en un plan estratégico para aumentar el consumo interno de productos del mar, el cual se denominó “Del Mar a Mi Mesa”, documento que se encuentra disponible en http://www.subpesca.cl/portal/617/articles-99164_documento.pdf

El documento antes mencionado, se elaboró bajo el proyecto denominado “Apoyo para el diseño, implementación y seguimiento de coordinaciones público-privadas para disponer e implementar estrategia para el aumento del consumo interno de productos pesqueros”.

Para canalizar las acciones del Plan Estratégico Del Mar a Mi Mesa, se identificaron 12 soluciones en 4 ejes de trabajo.

1.- En el eje educación nutricional y gastronómica, se propone:

- Aumentar la oferta de productos del mar en comedores institucionales, educacionales y privados.
- Capacitar a manipuladores de alimentos y relacionados acerca de inocuidad, bondades nutricionales de productos del mar, formas de preparación atractivas y desperdicio de alimentos.
- Incorporar materiales relacionados a alimentación saludable, el rol fundamental del consumo de productos del mar e información acerca de los recursos hidrobiológicos de Chile, en currículo educacional.

2.- Para sustentabilidad, las soluciones son:

- Contar con sistemas que aseguren la conservación de los recursos hidrobiológicos.
- Desarrollo de programas y estándares de buenas prácticas asociadas a la sustentabilidad de los productos pesqueros y acuícolas a lo largo de sus cadenas de valor.

3.- En difusión y comunicación masiva:

- Trabajo multisectorial para el logro de una campaña nacional coordinada.
- Desarrollo de un plan detallado de comunicaciones de alcance nacional.
- Generar confianza y seguridad en el consumidor al momento de adquirir productos del mar, disminuyendo la percepción de riesgo y los prejuicios instalados. Transparentar el origen de los productos y los protocolos de seguridad alimentaria a lo largo de la cadena de valor al consumidor final.

4.- Para innovación en productos, procesos, canales de comercialización y emprendimiento, se propone:

- Mejorar el acceso a productos del mar, con mayor cobertura geográfica y socioeconómica, diversificando canales de venta.
- Innovación en preparación y presentación de platos preparados con productos del mar para mejorar la aceptabilidad, aportando también a disminuir el desperdicio de estos alimentos.
- Mejorar la eficiencia entre los actores de la cadena, para así favorecer la disminución de precios.
- Promover el emprendimiento para innovación y desarrollo de productos, considerando la pérdida y merma de alimentos a lo largo de la cadena de valor.

El Programa Del Mar a Mi Mesa, estableció un horizonte de tiempo definido y núcleos específicos que permiten focalizar las acciones a ser incluidas en el plan. El objetivo es alcanzar un consumo de 20 kg/año para el 2027. El plan definió que un elemento relevante para lograr esto es un cambio cultural en la población, basado en la alimentación saludable, que permita aumentar el consumo de productos del mar, garantizando la sostenibilidad de los recursos pesqueros y acuícolas a lo largo de la cadena de valor, con énfasis en la innovación, desarrollo local y accesibilidad para todos. Por ello, durante el año 2018 se inició la etapa de implementación del Plan Estratégico para aumentar el consumo de productos del mar en Chile.

Las organizaciones que conforman el Comité Técnico del programa fueron las invitadas a asumir un rol clave de acompañamiento y monitoreo de las soluciones propuestas y a activar nuevas líneas de acción y recursos. Por otra parte, a las organizaciones que participaron en las mesas



ampliadas se les instó a continuar colaborando en las distintas iniciativas con las cuales tienen relación, ya que el logro de los objetivos propuestos depende de un esfuerzo colectivo de todos quienes componen el sector pesquero y acuícola.

4. PLAN DE ACTIVIDADES

El proyecto se desarrolló en un periodo de 12 meses, a partir del 13 de agosto del 2018, según la siguiente planificación:

Actividades	Meses											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Reunión inicial de coordinación Comité Directivo	■											
Reuniones periódicas Comité Directivo		■		■		■		■		■		■
Revisión Plan Estratégico Nacional con foco en 2018	■											
Revisión de actores involucrados en Del Mar a Mi Mesa 2017 y levantamiento de nuevos actores a convocar	■											
Levantamiento inicial financiamiento disponibles (Directorio)	■	■										
Sesión 1 Gobernanza												■
Lanzamiento		■										
Desarrollo de herramienta (Excel) para seguimiento de actividades e iniciativas levantadas en plan		■										
Subcomité 1					■							
Articulación y seguimiento implementación hoja de ruta			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Desarrollo documento resultados gobernanza				■								■
Subcomité 2									■			
Actualización directorio de fuentes de financiamiento disponibles				■				■			■	
Desarrollo documento resultados subcomités					■				■			
Acercamiento informativo y coordinación formalización gobernanza							■	■				
Sesión 2 gobernanza									■	■		
Desarrollo de contenidos capacitación		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Pilotaje de contenidos capacitación			■	■								
Plan de comunicaciones y difusión año 1	■	■										
Desarrollo de contenidos de actividades para difusión		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Instancias Difusión		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Intervenciones Formativas en Comunidades Escolares				■	■	■	■					
Desarrollo Plan de Comunicaciones y Difusión a 5 años				■	■	■	■	■	■	■	■	■
Preparación y ejecución seminario						■	■					
Evento de Cierre											■	■
Informes			■			■			■			■

5. METODOLOGÍA DE TRABAJO

Para el cumplimiento de los objetivos antes establecidos, se propuso la metodología de trabajo a continuación presentada:



Figura 1. Metodología de trabajo Etapa de Implementación Plan Estratégico de Aumento de Consumo de Productos del Mar.

El detalle de las actividades y sus resultados por objetivo, ejecutadas entre el 14 de agosto de 2018 y agosto de 2019, se presentan a continuación.

5.1. Reunión inicial de comité directivo

La reunión inicial se llevó a cabo el 18 de julio, desde las 11.30 a las 13.00 en las oficinas de la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura, Valparaíso. Participaron en esta reunión los siguientes representantes de Subpesca y Fundación Chile:

Tabla 1. Lista de asistentes a reunión inicial de Comité Directivo

NOMBRE	INSTITUCIÓN
Juan José Covarrubias	Subpesca
Julio Jorquera	Subpesca
Camila Pizarro	Subpesca
Olaya Cambiaso	Fundación Chile
Gloria Garín	Fundación Chile
Fernando Zúñiga	Fundación Chile
Camila Ulloa	Edge Chile
Michelle Senerman	Edge Chile



Informe Final

“Avance en la implementación de hoja de ruta contenida en el plan estratégico del Programa del Mar a Mi Mesa, para el aumento del consumo interno de productos pesqueros”



El objetivo de la actividad fue revisar los antecedentes de la etapa de generación del Plan Estratégico, para luego repasar los objetivos, planificación y dinámica de trabajo de las partes para la etapa implementación 2018-2019 del programa. Como parte de la reunión, también se definieron las fechas claves del proyecto, tales como el lanzamiento y la primera sesión de gobernanza, además de revisar resultados preliminares del directorio Excel de financiamiento.

La agenda de la reunión fue la siguiente:

-
- Antecedentes 2017
-
- Revisión objetivos generales y específicos etapa de Implementación 2018-2019
-
- Programación del proyecto
-
- Revisión eventos: Sesión 1 Gobernanza y Lanzamiento
-
- Dinámica de trabajo Fundación Chile-Subpesca
-
- Revisión integrantes: Gobernanza y Subcomités
-

Como respaldo de la actividad se adjunta:

- Anexo 1. Minuta reunión inicial Comité Directivo
- Anexo 2. Presentación reunión inicial Comité Directivo
- Anexo 3. Lista de asistencia reunión inicial Comité Directivo
- Anexo 4. Registro fotográfico reunión inicial Comité Directivo

5.2. Reuniones periódicas comité directivo

COMPROMETIDO	REALIZADO
7	7

Tabla 2. Detalle reuniones periódicas comité directivo

Nº REUNIÓN	ESTADO	FECHA	DESCRIPCIÓN
1 (inicial)	Realizada	18 de julio de 2018	De 11.30 a las 13.00 en las oficinas de la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura, Valparaíso.
2	Realizada	31 de octubre de 2018	Realizada de 11.00 a las 13.00 en las oficinas de Fundación Chile, Santiago
3	Realizada	23 de enero de 2019	Realizada de 11.00 a las 12.30 en las oficinas de la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura, Valparaíso.
4	Realizada	12 de abril de 2019	Realizada de 12.00 a las 13.30 en las oficinas de Fundación Chile, Santiago.
5	Realizada	28 de junio de 2019	Realizada de 11.30 a las 13.00 en las oficinas de Fundación Chile, Santiago.
6	Realizada	19 de julio de 2019	Realizada de 11.00 a las 13.30 en las oficinas de Fundación Chile, Santiago
7	Realizada	25 de julio de 2019	Realizada de 11.30 a las 13.30 en las oficinas de la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura, Valparaíso.

El detalle de éstas se muestra a continuación. La primera sesión corresponde a la reunión de inicio de comité directivo, detallada en el punto 5.1.



5.2.1. Segunda sesión de Comité Directivo

La reunión se llevó a cabo el 31 de octubre 2018, desde las 11.00 a las 13.00 en las oficinas de Fundación Chile, Santiago. Participaron en esta reunión los siguientes representantes de Subpesca y Fundación Chile:

Tabla 3. Lista de asistentes a segunda sesión de Comité Directivo

NOMBRE	INSTITUCIÓN
Julio Jorquera	Subpesca
Camila Pizarro	Subpesca
Olaya Cambiaso	Fundación Chile
Gloria Garín	Fundación Chile
Andrea Lailhacar	Fundación Chile
Fernando Zúñiga	Fundación Chile
Camila Ulloa	Edge Chile

El objetivo de la actividad fue:

1. Revisar los avances a la fecha, en donde se presentó el portafolio de iniciativas a trabajar y se revisó el estado de las actividades de difusión y comunicación.
2. Definir fechas y programa de trabajo del Subcomité 1.
3. Retomar el tema del Memorandum de entendimiento que se trabajó durante la primera etapa del programa.

La agenda de la reunión fue la siguiente:

-
- Portafolio de iniciativas
-
- Subcomité 1
-
- Memorandum de entendimiento
-
- Actividades de difusión
-

Como respaldo de la actividad se adjunta:

- Anexo 5. Minuta segunda sesión de Comité Directivo
- Anexo 6. Presentación segunda sesión de Comité Directivo
- Anexo 7. Lista de asistencia segunda sesión de Comité Directivo
- Anexo 8. Registro fotográfico segunda sesión de Comité Directivo



5.2.2. Tercera sesión de Comité Directivo

La reunión se llevó a cabo el 23 de enero de 2019, desde las 11.00 a las 13.00 en las oficinas de la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura, Valparaíso. Participaron en esta reunión los siguientes representantes de Subpesca y Fundación Chile:

Tabla 4. Lista de asistentes a tercera sesión de Comité Directivo

NOMBRE	INSTITUCIÓN
Julio Jorquera	Subpesca
Camila Pizarro	Subpesca
Juan José Covarrubias	Subpesca
Gloria Garín	Fundación Chile
Andrea Lailhacar	Fundación Chile
Fernando Zúñiga	Fundación Chile
Camila Ulloa	Edge Chile

El objetivo de la actividad fue:

1. Revisar los avances según carta Gantt a la fecha
2. Presentación de los resultados del primer subcomité de la iniciativa.
3. Se revisaron las implicancias del cambio de marca del programa.

La agenda de la reunión fue la siguiente:

-
- Revisión objetivos DMAMM 2019
-
- Avances carta Gantt
-
- Resultados subcomité
-
- Cambio marca
-

Como respaldo de la actividad se adjunta:

Anexo 9. Minuta tercera sesión de Comité Directivo

Anexo 10. Presentación tercera sesión de Comité Directivo

Anexo 11. Lista de asistencia tercera sesión de Comité Directivo



5.2.3. Cuarta sesión de Comité Directivo

La reunión se llevó a cabo el 12 de abril de 2019, en las oficinas de Fundación Chile, Santiago desde las 12.00 a las 13.30. Participaron en esta reunión los siguientes representantes de Subpesca y Fundación Chile:

Tabla 5. Lista de asistentes a cuarta sesión de Comité Directivo

NOMBRE	INSTITUCIÓN
Julio Jorquera	Subpesca
José Pedro Nuñez	Subpesca
Mariana Jeréz	Subpesca
Olaya Cambiaso	Fundación Chile
Gloria Garín	Fundación Chile
Paula Larraín	Fundación Chile
Fernando Zúñiga	Fundación Chile
Camila Ulloa	Edge Chile
Daniela Castañeda	Edge Chile

El objetivo de la actividad fue:

1. Revisar avances a la fecha de la ejecución del programa.
2. Presentar iniciativas foco levantadas de la primera sesión de trabajo de los subcomités.
3. Revisar temas de difusión y marca.

La agenda de la reunión fue la siguiente:

-
- Resumen general de la iniciativa
-
- Avances carta Gantt
-
- Subcomité: iniciativas foco
-
- Gobernanza
-
- Resultados comunicaciones
-
- Seminario
-
- Próximos pasos
-



Como respaldo de la actividad se adjunta:

Anexo 12.Minuta cuarta sesión de Comité Directivo

Anexo 13.Presentación cuarta sesión de Comité Directivo

Anexo 14.Lista de asistencia cuarta sesión de Comité Directivo

Anexo 15.Registro fotográfico cuarta sesión de Comité Directivo

5.2.4. Quinta sesión de Comité Directivo

La reunión se llevó a cabo el 28 de junio 2019, en las oficinas de Fundación Chile, Santiago desde las 11.30 a las 13.30. Participaron en esta reunión los siguientes representantes de Subpesca y Fundación Chile:

Tabla 6. Lista de asistentes a quinta sesión de Comité Directivo

NOMBRE	INSTITUCIÓN
Julio Jorquera	Subpesca
Flavio Araya	Fundación Chile
Gloria Garín	Fundación Chile
Claudia Razeto	Fundación Chile
Paula Larraín	Fundación Chile
Fernando Zúñiga	Fundación Chile
Camila Ulloa	Edge Chile

El objetivo de la actividad fue:

1. Revisar avances a la fecha de la ejecución del programa.
2. Revisar y definir programa de Seminario.

La agenda de la reunión fue la siguiente:

- Avances carta Gantt
- 2° Sesión de Gobernanza
- Actividades de difusión
- Seminario
- Próximos pasos



Como respaldo de la actividad se adjunta:

Anexo 16.Minuta quinta sesión de Comité Directivo

Anexo 17.Presentación quinta sesión de Comité Directivo

Anexo 18.Lista de asistencia quinta sesión de Comité Directivo

5.2.5. Sexta sesión de Comité Directivo

La reunión se llevó a cabo el 19 de julio 2019, en oficinas de la Fundación Chile, Santiago. Participaron en esta reunión los siguientes representantes de Subpesca y Fundación Chile:

Tabla 7. Lista de asistentes a sexta sesión de Comité Directivo

NOMBRE	INSTITUCIÓN
Julio Jorquera	Subpesca
Flavio Araya	Fundación Chile
Paula Larraín	Fundación Chile
Fernando Zúñiga	Fundación Chile
Camila Ulloa	Edge Chile

El objetivo de la actividad fue:

1. Revisar avances a la fecha de la ejecución del programa.
2. Presentar el Programa del seminario del 24 de julio 2019.

La agenda de la reunión fue la siguiente:

-
- Avances carta Gantt: Actividades de difusión y capacitación
-
- Programa Final Seminario
-
- Resultados de comunicaciones
-
- Próximas actividades
-

Como respaldo de la actividad se adjunta:

Anexo 19. Minuta sexta sesión de Comité Directivo

Anexo 20. Presentación sexta sesión de Comité Directivo

Anexo 21. Lista de asistencia sexta sesión de Comité Directivo

5.2.6. Séptima sesión de Comité Directivo

La reunión se llevó a cabo el 25 de julio 2019, en las oficinas de la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura, Valparaíso. Participaron en esta reunión los siguientes representantes de Subpesca y Fundación Chile:

Tabla 8. Lista de asistentes a séptima sesión de Comité Directivo

NOMBRE	INSTITUCIÓN
Julio Jorquera	Subpesca
Camila Pizarro	Subpesca
Paula Larraín	Fundación Chile
Fernando Zúñiga	Fundación Chile

El objetivo de la actividad fue:

1. Presentar Plan de comunicaciones a 5 años

La agenda de la reunión fue la siguiente:

- Plan de comunicaciones
- Compromisos

Como respaldo de la actividad se adjunta:

Anexo 22. Minuta séptima sesión de Comité Directivo

Anexo 23. Presentación séptima sesión de Comité Directivo

Anexo 24. Lista de asistencia séptima sesión de Comité Directivo

5.3. Revisión plan estratégico nacional con foco en el primer año

Se analizó la Hoja de Ruta presentada en el “Plan Estratégico para Aumentar el Consumo de Productos del Mar en Chile” del año 2017, concentrando en primera instancia, en aquellas soluciones y actividades definidas a ser desarrolladas a corto plazo (año 1), por cada una de las líneas de acción (Educación Nutricional y Gastronómica; Sustentabilidad; Difusión y Comunicación Masiva; e Innovación en Productos, Procesos, Canales de Comercialización y Emprendimiento) para concentrar los esfuerzos de esta primera etapa de implementación.

Luego de analizarlo y conversarlo estratégicamente con Subpesca en la primera sesión de Comité Directivo en Valparaíso, se decidió considerar todas las soluciones identificadas en el Plan, para no dejar ninguna posibilidad de avance fuera. Esto, ya que hay soluciones a largo plazo que están

empezando a tener actividades con avances, como por ejemplo; la Solución de "Aumentar la oferta de productos del mar en comedores institucionales, educacionales y privados" de la línea de acción de Educación Nutricional y Gastronómica; con el convenio firmado entre CORFO y JUNAEB, que tiene como objetivo aumentar la oferta de productos del mar en los comedores escolares.

Se revisaron nuevamente cada una de las actividades identificadas en el Plan y se reordenaron de acuerdo a la contingencia y relevancia actual. Además, se contactó a todos los actores claves que voluntariamente se inscribieron por solución, durante el 2017, y se revisaron las iniciativas por ellos aportadas para ver en qué estado se encontraban y si aún se alinean al Plan. Para llevar control de lo anterior, se desarrolló una herramienta Excel de seguimiento (estado de avance e indicadores, entre otros) y actualización de las actividades e iniciativas que se explica en detalle más adelante en el punto 5.8. También se revisaron y verificaron las líneas de financiamiento propuestas, generándose para ello otra herramienta Excel detallada en el punto 5.5.

5.4. Revisión de actores involucrados en Del Mar a Mi Mesa 2017 y levantamiento de nuevos actores a convocar

Se efectuó un levantamiento de todos aquellos actores que participaron durante la elaboración de la Hoja de Ruta el año 2017, ya sea en los Comités Técnicos, Mesas Ampliadas o Mesa Pública, identificando también aquellos que no asistieron, que no fueron invitados, y que son relevantes de convocar, de acuerdo al trabajo levantado en el punto anterior asociado a las actividades a ser realizadas durante el año. Se hizo hincapié en aquellos que se reconocieron como relevantes y que sin embargo no fueron contactados o no asistieron a ninguna instancia de las llevadas a cabo durante el 2017.

Para lo anterior, se elaboraron distintos correos electrónicos de acuerdo a la participación que habían tenido los actores. Uno para aquellos que participaron en al menos alguna instancia y que no se inscribieron en ningún Subcomité, invitándoles a cooperar en esta segunda etapa, sugiriéndoles la inscripción en alguno de los Subcomités y señalando que, en caso de querer participar en más de uno, deben convocar a otra persona más de su organización. Para quienes se inscribieron en más de un Subcomité, les escribimos para informarles que las sesiones de los 4 Subcomités serán al mismo tiempo, y que por lo tanto deben venir con más gente de su organización, para lo que necesitamos sus nombres, correos electrónicos y teléfonos. Y para aquellos que se inscribieron en 1 Subcomité, les escribimos confirmando su inscripción y recordándoles que pueden invitar a más gente de su organización, en caso de querer participar en otros Subcomités. Finalmente aquellos que no participaron el año pasado, aun siendo invitados, quienes no los fueron, y los nuevos funcionarios públicos, han sido principalmente contactados de forma telefónica y presencial.

5.5. Levantamiento inicial financiamiento disponibles

Con el objetivo de contar con un directorio de fuentes de financiamiento disponibles para cumplir con las distintas actividades identificadas en el Plan Estratégico de Aumento de Consumo de Productos del Mar, se identificaron tanto financiamientos a corto como a largo plazo, de modo de poder darle continuidad al Plan. Este directorio se ha ido actualizando periódicamente a medida que se van conociendo nuevas posibilidades de financiamiento, eliminando aquellas que ya no están disponibles, haciéndolo dinámico y lo más completo posible.

Además, se realizó un trabajo de identificación de actores que representan fondos o fuentes de financiamiento, originando reuniones o conversaciones con ellos. Algunos de ellos presentaron en el Lanzamiento de esta segunda etapa, evento que se detalla en profundidad en el punto 5.7 de este documento.

El directorio de financiamientos consta de una planilla Excel en donde se identifica la siguiente información:

- Nombre del Fondo
- Sitio web
- Contacto
- Objetivo
- Fuente de Financiamiento
- Requisitos postulación
- Proceso de postulación
- Alcance
- Monto
- Fecha de inicio
- Fecha de cierre
- Línea de acción a la que se asocia

5.6. Sesión 1 gobernanza

La primera sesión de la gobernanza llevó a cabo el jueves 30 de Agosto entre las 15 y 17 hrs en la sal embarque de Fundación Chile. En dicha reunión participaron:

Tabla 9. Lista de asistentes primera sesión de Gobernanza

NOMBRE	INSTITUCIÓN
Juan José Covarrubias	Subpesca
Julio Jorquera	Subpesca
Camila Pizarro	Subpesca
Luis Felipe Núñez	Subpesca
Solange Brevis	Corfo
Víctor González	Mindep
Alejandra Domper	Elige Vivir Sano
Marco Godoy	Condepp
Patricio Troncoso	Condepp
Yasna Oyarce	Junaeb
Mario Cruz	Junaeb
Andrés Sánchez	Junaeb
Javier Aros	PER Mitílicos
Guillermo Molina	PER Más Mar
Olaya Cambiaso	Fundación Chile
Gloria Garín	Fundación Chile
Camila Ulloa	Edge Chile



Informe Final

“Avance en la implementación de hoja de ruta contenida en el plan estratégico del Programa del Mar a Mi Mesa, para el aumento del consumo interno de productos pesqueros”



La agenda de la reunión fue la siguiente:

15:30-15:45	Palabras de bienvenida. Juan José Covarrubias. Jefe de División de Desarrollo Pesquero, Subpesca.
15:45-16:15	Presentación Plan Estratégico Del Mar a Mi Mesa Olaya Cambiaso, Directora de Desarrollo y Negocios, Gerencia de Alimentos, FCh.
16:45-17:20	Actividades y desafíos por Subcomité Camila Ulloa, Gerente de Operaciones, Edge Chile
17:20-17:30	Cierre y próximos pasos

Como respaldo de la actividad se adjunta:

Anexo 25. Minuta primera sesión de Gobernanza

Anexo 26. Presentación primera sesión de Gobernanza

Anexo 27. Lista de asistencia primera sesión de Gobernanza

Anexo 28. Resultados encuesta de satisfacción primera sesión de Gobernanza

Anexo 29. Registro fotográfico primera sesión de Gobernanza

5.7. Lanzamiento

Se llevó a cabo el día jueves 13 de septiembre de 2018 en las dependencias de Fundación Chile ubicada en Avenida Parque Antonio Rabat Sur N° 6165, comuna de Vitacura, ciudad de Santiago, comenzando a las 14:00 hrs y terminando a las 17:30 hrs, participaron de aquel encuentro más de 40 personas:

Tabla 10. Lista de asistentes a Lanzamiento

NOMBRE	INSTITUCIÓN
Andrés Barros	FCh
Eduardo Espinosa	Achipia
Michelle Senerman	Edge Chile
Camila Ulloa	Edge Chile
Lorena Moreno	Ministerio Deporte
Flavio Araya	Fundación Chile
Javier Aros	Mejillón de Chile
Juan Carlos Arriagada	CODEMA
Mariann Breu	WWF Chile
Solange Brevis	Corfo
Martin Bunster	Orizon
Claudio Canales	ACHIPIA
Paz Castillo	Junaeb
Cristian Correa	Chef
Mario Cruz Morales	Junaeb - Contrapeso
Érica Cunningham	EDF
Jorge De Ilano	Orizon
Froiland Flores	Confederación Nacional de Ferias Libres
Gloria Garín	FCH
Iván Greco	Future of Fish
Andrea Henríquez	Cuna Cultural
Julio Jorquera	Subpesca
Juan Pablo Mellado	Junaeb- Contrapeso
Lorena Pacheco	CeTA
Claudia Razeto	FCh
Miguel Ángel Rincón Cervera	Universidad de Chile
Anita Rivera	Doble Impacto
Víctor Rivera	ACHIPIA
Rubén Rojas	Cooperativa Pesquera Guayacán



Néstor Salinas	JUNAEB
Daniel Tapia	Cuna Cultural
Joaquín Valdés	SalmonChile AG
Andrés Sánchez Granifo	Junaeb
Nilsson Carvallo	Achipia
María Castillo	ASOF
Juan Covarrubias	SUBPESCA
Fernando Jorquera	Ferías Libres
Daniella Riedl	Edge Chile
Luis Solís	ASOF
Héctor Tejada	ASOF
Tomás Vio	ACHIPIA

El Lanzamiento comenzó actualizando a los asistentes acerca del “Plan Estratégico para Aumentar el Consumo de Productos del Mar en Chile”, explicando los antecedentes del año 2017, el dilema sobre el cual surge la motivación del desarrollo de este plan, la visión y meta conjunta que se construyeron con el Comité Técnico el año pasado, la agenda de todo el trabajo realizado el 2017 y el lanzamiento del Plan; luego, se informó acerca de esta segunda etapa de “Avance en la implementación de hoja de ruta contenida en el plan estratégico del Programa del Mar a Mi Mesa, para el aumento del consumo interno de productos pesqueros” 2018-2019, explicando sus objetivos general y específicos, los focos a trabajar durante este año, la nueva estructura que cuenta con un Comité Directivo, Gobernanza y 4 Subcomités (uno por línea de acción), una breve explicación de cada uno de los Subcomités (Educación Nutricional y Gastronómica; Sustentabilidad; Difusión y Comunicación Masiva; e Innovación en Productos, Procesos, Canales de Comercialización y Emprendimiento) y finalmente las soluciones identificadas para cada uno y sus plazos.

Luego, se realizó un trabajo en equipo bajo la metodología de Workcafé en que se invitó a los participantes a una sesión más relajada y lúdica, que consistió en dibujar entre todos los integrantes de cada mesa, productos del mar chilenos inspirándose en las fiestas patrias. Para ello, debían dibujar por turnos, cambiando hacia la derecha cada vez que había un cambio de música, y en 3 minutos debían organizar qué dibujar y elegir quién empezaba. Fueron alrededor de 25 minutos los que se estuvo dibujando, para luego invitar a los asistentes a reflexionar como equipo qué hicieron bien y qué podrían haber hecho mejor, para posteriormente elegir a un representante para pasar a delante y mostrar el dibujo, compartiendo la experiencia. Se pudo evidenciar que los asistentes disfrutaron de la actividad, fueron participativos y los resultados de

los dibujos fueron muy positivos, lográndose el objetivo de distender a los asistentes y de aprovechar la instancia para conocerse un poco más.

El evento continuó con la presentación de 4 invitados, quienes fueron a compartir las experiencias de sus respectivas iniciativas, contando con 1 representante por cada línea de acción. Por el Subcomité de “Innovación en Productos, Procesos, Canales de Comercialización y Emprendimiento”, presentó Luis Solís Plaza, gerente de ASOF C.G., sobre las ferias libres como el principal canal de abastecimiento de productos del mar, además de dar información general sobre las ferias ya existentes, resaltó nuevos modelos de negocios enfocados principalmente en el desarrollo de circuitos comerciales cortos. A continuación, por el Subcomité de “Sustentabilidad”, presentó Anita Rivera, responsable del sector de medio ambiente y alimentación de Doble Impacto, acerca de la banca ética en construcción que es Doble Impacto y las oportunidades de financiamiento que ofrecen para sistemas alimentarios resaltando el rol que tienen como fuente de financiamiento para organizaciones y proyectos que contribuyen a un sistema alimentario más sustentable. Luego fue el turno del representante del Subcomité de “Difusión y Comunicación Masiva”, Claudio Canales, coordinador del área de planificación, gestión y comunicaciones de ACHIPIA, quien presentó sobre la creatividad para la innovación, particularmente sobre la experiencia de ACHIPIA en contribuir a un cambio de hábitos alimentarios, transmitiendo sobre todo la importancia de procesos creativos en la difusión y comunicación masiva de las campañas. Finalmente, por el Subcomité de “Educación Nutricional y Gastronómica”, expuso Néstor Salinas jefe del departamento de alimentación escolar de JUNAEB, quien habló del objetivo del aumento del consumo de productos del mar en los comedores de JUNAEB-PAE a través del recién firmado Convenio entre JUNAEB y CORFO.

Como cierre, todos los participantes fueron invitados a inscribirse en los Subcomités, indicándoles que sólo se pueden inscribir en un Subcomité, ya que las sesiones se realizarán por separado pero al mismo tiempo, por lo que, en caso de querer participar en más de uno, se requiere a otro representante de la organización.

Para la finalización de la exitosa jornada, se invitó a los participantes a disfrutar de ostras y otros productos del mar.

Como respaldo de la actividad, se adjunta:

Anexo 30. Presentación Lanzamiento Implementación DMAMM

Anexo 31. Presentación Lanzamiento Asof

Anexo 32. Presentación Lanzamiento Banca Ética

Anexo 33. Presentación Lanzamiento Achipia

Anexo 34. Presentación Lanzamiento Junaeb



Informe Final

“Avance en la implementación de hoja de ruta contenida en el plan estratégico del Programa del Mar a Mi Mesa, para el aumento del consumo interno de productos pesqueros”



Anexo 35. Lista de Asistencia Lanzamiento Implementación DMAMM

Anexo 36. Registro Fotográfico Lanzamiento Implementación DMAMM

5.8. Desarrollo de herramienta (Excel) para seguimiento de actividades e iniciativas levantadas en plan

Luego de lo detallado en el punto 5.3 de revisión del Plan y para poder hacer seguimiento a las actividades e iniciativas vigentes y por realizar, se desarrolló una herramienta Excel que se actualiza periódicamente a lo largo del año, lo que permite entre otras cosas, identificar el estado de avance de las iniciativas levantadas, las posibles sincronías entre ellas, las buenas prácticas asociadas a aquellas exitosas, etc.

Los campos con los que cuenta la herramienta son:

Líneas de Acción	Soluciones
Plazo	Actividades
Montos	Iniciativa/Nombre
Descripción General	Objetivo Específico
Organismo Encargado	Año
Indicadores	Financiamiento
Estado de Avance	

Se decidió simplificar la cantidad de campos a los propuestos, para la efectividad del seguimiento de las sinergias que se pudieran detectar entre las diferentes iniciativas levantadas. Esta decisión se ratificó en la segunda sesión del Comité Directivo del día miércoles 31 de octubre.

Se adjunta:

Anexo 37. Herramienta iniciativas.

5.9. Subcomité 1

El primer Subcomité se llevó a cabo el día martes 8 de Enero en las dependencias de Fundación Chile ubicada en Avenida Parque Antonio Rabat Sur N° 6165, comuna de Vitacura, ciudad de Santiago, comenzando a las 15:00 hrs y terminando a las 18:00 hrs. Participaron de aquel encuentro 40 personas:

Tabla 11. Lista de asistentes a Subcomité 1

NOMBRE	INSTITUCIÓN
Juan Francisco Aldunce	Seaweed Place SpA
Alejandra Arellano	Sernapesca
Mariann Breu	WWF Chile
Solange Brevis	CORFO
Claudio Canales	ACHIPIA
Verónica Ceballos	ASIPES
Mikel De Ugarte	Cencosud
Eduardo Espinosa	ACHIPIA
Iván Greco	Future of Fish
Victor Hugo Gutiérrez	Universidad de Chile
Andrea Henríquez	Cencosud
Julio Jorquera	Subpesca
Lilia Masson	Capchical
Carolina Matus	Santo Tomás
Jaime Navarrete	Blumar
Emma Plotnek	WWF Chile
Claudia Razeto	Fundación Chile
Miguel Ángel Rincón	INTA
Patricia Ríos	Nutriplus Alimentación y Tec.
Anita Rivera	Doble Impacto
Rubén Rojas	Cooperativa Pesquera Guayacan
Johanna Rojas	IFOP
Cristóbal Romero	Cencosud
Michelle Senerman	Edge Chile
Pablo Silva	Sernapesca



Informe Final

“Avance en la implementación de hoja de ruta contenida en el plan estratégico del Programa del Mar a Mi Mesa, para el aumento del consumo interno de productos pesqueros”

Luis Solis	ASOF
Boris Susperreguy	Fundación Mar de Chile
Sebastián Tobar	PUC
Camila Ulloa	Edge Chile
Graciela Urrutia	Transforma Alimentos
Jean Paul Veas	CeTA
Tomás Vio	ACHIPIA
Ricardo Radeback	FAP
Jurgen Betzhold	Subpesca
María José Gutiérrez	Sernapesca
Cesar Fuentes	
Antonio Vélez	
Francisco Toledo	Walmart
Nataly Gutiérrez	ASOF
Yasna Oyarse	JUNAEB

La agenda de ese día fue la siguiente:

15:20-15:30	BIENVENIDA. Jürgen Betzhold, Subsecretaría de Pesca y Acuicultura. Andrés Barros, Fundación Chile.
15:30-16:15	ACTIVACIÓN Camila Ulloa, Gerente de Operaciones, Edge Chile
16:15-17:30	TRABAJO POR SUBCOMITÉ <ul style="list-style-type: none"> • Educación nutricional y gastronómica • Innovación en productos, procesos, canales de comercialización y emprendimiento • Sustentabilidad • Difusión y comunicación masiva
17:30-17:40	CIERRE Olaya Cambiaso, Directora de Desarrollo y Negocios, Gerencia de Alimentos, FCH.
17:40-18:00	DEGUSTACIÓN Y NETWORKING

El Subcomité 1 comenzó con una bienvenida conjunta a todos los asistentes de parte de Subpesca y de Fundación Chile, para luego resumir muy brevemente lo que fue el trabajo desde la Hoja de Ruta hasta el inicio de su implementación, la visión conjunta y la meta que se espera cumplir con este programa.

Luego, para dar inicio al trabajo y motivar a los asistentes, se realizó una activación en parejas. Para esto, se hicieron parejas y se sentó una persona detrás de la otra, quedando la primera apoyada en la mesa, a quién se le entregó una hoja en blanco y un lápiz. A la persona que quedó ubicada detrás, se le hizo entrega de un dibujo, para que se lo dictara a su compañero, quien debía dibujarlo sin verlo e intentando entre ambos que quedará lo más parecido al dibujo que estaba siendo dictado. Quien dictaba, tampoco podía ver cómo iba quedando el dibujo de quien lo estaba haciendo. Finalmente, se eligió a la pareja que logró el dibujo más parecido. Los asistentes fueron muy participativos y se notó entusiasmo y entretenimiento al realizar la actividad. Además, se logró el objetivo de comprender lo importante que es la forma en que nos expresamos al momento de querer lograr comprensión de lo que estamos diciendo, de quien nos escucha.

Posteriormente se invitó a los asistentes a trabajar por Subcomités, las mesas ya estaban divididas en los 4 Subcomités (Educación Nutricional y Gastronómica, Sustentabilidad, Difusión y Comunicación Masiva, e Innovación en Productos, Procesos Canales de Comercialización y Emprendimiento). A los integrantes del Subcomité de Innovación, se les invitó a dirigirse a otra sala de Fundación, para un mejor desarrollo del trabajo.

Cada mesa fue liderada por un integrante del equipo consultor, quien tenía conocimiento de las iniciativas relacionadas a cada subcomité, informadas por los distintos asistentes. El objetivo fue que los asistentes hablaran de manera breve sobre sus iniciativas, de que se trataban, en qué estado estaban, los plazos, alcance, meta, actores involucrados, la experiencia de desarrollarla, etc., para ver de qué forma se podían interconectar con las iniciativas de los demás asistentes. Fue así como cada Subcomité fue trabajando en torno a esto, sacando ideas, proponiendo nuevas y relacionándose unos con otros para el logro del objetivo común de aumento de consumo de productos del mar en Chile.

Se identificaron un total de 59 iniciativas relacionadas, 13 del Subcomité de Innovación, 10 del de Difusión, 7 del de Educación y 29 del de Sustentabilidad. Además, se generaron un total de 41 relaciones/sinergias entre las iniciativas de los asistentes; 3 en el Subcomité de Innovación, 13 en el de Difusión, 8 en el de Educación y 17 en el de Sustentabilidad. Lo anterior refleja lo exitosa y provechosa que fue la jornada, lográndose el objetivo de avance y trabajo esperados.

Volvieron a reunirse todos los asistentes en el auditorio para un cierre, fotos y presentación del corpóreo oficial de Del Mar a mi Mesa. Para la finalización de la exitosa jornada se invitó a los participantes a disfrutar de ostras y otros productos del mar. Como respaldo de la actividad se adjunta:

Anexo 38. Presentación Primera Sesión de Subcomité

Anexo 39. Lista de asistencia Primera Sesión de Subcomité

Anexo 40. Registro fotográfico Primera Sesión de Subcomité

Anexo 41. Resultado de levantamiento de Iniciativas por Subcomité

5.10. Articulación y seguimiento implementación hoja de ruta

Una vez iniciado el trabajo por Subcomités, se estuvo permanentemente propiciando las condiciones para hacer sinergias entre los integrantes de los mismos, de los otros subcomités, y con otros actores externos que podían colaborar con el desarrollo de actividades específicas identificadas a realizar, y aquellos que iban surgiendo como potenciales cooperadores dentro del trabajo conjunto y que se consideraron relevantes para el logro del objetivo final.

Además, se le ha reportado a la Gobernanza de los avances de los subcomités, para que todos estuvieran informados de lo que sucedía en cada uno de ellos y así cooperaran en la coordinación y propiciaran avances.

Antes del inicio del trabajo por Subcomités, se llevaron a cabo una serie de reuniones e instancias de articulación y sinergias con y entre diferentes actores como CORFO, JUNAEB, ASOF, Doble Impacto, ACHIPIA, EVS, Ministerio del Deporte, Echinuco, FPPA y Cuna Cultural, los cuales fueron sumamente exitosos en cuanto a convocatoria, coordinación, información sobre financiamientos, actividades, por nombrar algunos.

En el Subcomité 1 se pudieron identificar un total de 41 relaciones/sinergias entre los asistentes, 3 en el Subcomité de Innovación, 13 en el de Difusión, 8 en el de Educación y 17 en el de Sustentabilidad, además de muchas iniciativas que no estaban en el radar del Programa y que fueron incorporadas.

Se realizó un trabajo de seguimiento de las iniciativas y sinergias identificadas vía correo electrónico y telefónicamente con los participantes que buscaron relacionarse, para corroborar el estado de avance de las iniciativas.

Varios de los contactados generaron reuniones, como por ejemplo entre IFOP con ODEPA, IFOP con Walmart. Otros continuaron las comunicaciones vía mail, como por ejemplo IFOP con Cencosud, IFOP con Subpesca, etc.

Además hubo sinergias directas con el Programa mismo que se fueron monitoreando y aprovechando para el logro de mayor visibilidad y compromiso para el cumplimiento del objetivo de aumento de consumo.

Por otra parte, se continuó con el trabajo de las iniciativas anteriormente identificadas directamente relacionado a la implementación de la Hoja de Ruta y a los indicadores señalados en ella. Algunas de estas iniciativas eran el estudio de consumo aparente que está llevando a cabo IFOP con FAO, los proyectos de trazabilidad de Sernapesca, los avances de Sello Azul, las iniciativas de Cencosud de trabajo directo con pescadores artesanales, el trabajo de difusión con Cuna Cultural, el trabajo con ASOF, entre otros.

A continuación se presentan algunas de las iniciativas, los contactos realizados y el estado de avance de las mismas



Tabla 12. Avance de iniciativas identificadas en Subcomité 1

INICIATIVA	ACTORES INVOLUCRADOS		ESTADO
Difusión contenidos científicos	DMAMM	Lilia Mason Capchical	Se ha trabajado en contenidos para difusión en RRSS.
Cuna Cultura	Cuna Cultural	U. Santo Tomás	Intervención escolar en Osorno 16 y 17 de mayo.
Incorporación de productos del Mar Beca de Alimentación para la Educación Superior BAES- Junaeb	DMAMM	Junaeb	Se sostuvieron reuniones con los encargados de las Becas (Junaeb) y los concesionarios del servicio.
Incorporación Algas Menú Junaeb	SeaWeed Place	Junaeb	Se logró incorporar al proveedor en las minutas de algunos de los proveedores del PAE Junaeb, principalmente en el sur del país.
Circuitos cortos Pesca artesanal- ferias libres	Future of Fish	ASOF	Modelos de negocios generados y convenios firmados para la comercialización directa. En este momento se está a la espera del inicio de las actividades.
Campaña Pescaderías Cencosud	Cencosud		Campaña comunicacional lanzada en abril 2019.
Difusión por RRSS Elige Vivir Sano	DMAMM	EVS	Se conversó para compartir material del programa por las RRSS de Elige Vivir Sano, sin embargo por cambio de personal de esa organización, no se concretó.

5.11. Subcomité 2

Durante la ejecución del proyecto la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura realizó un cambio en los ejes estratégicos del programa, lo que alteró la correcta ejecución de las actividades. Es por esta razón que con fecha 14 de mayo del 2019 se solicitó unificar las actividades correspondientes al Subcomité 2 y al Seminario planificado con el fin de tener mayor cobertura e impacto.

Con fecha 15 de mayo, a través de correo electrónico de Julio Jorquera, contraparte técnica del proyecto, confirmó la aprobación de la propuesta y se comenzó a trabajar en la organización de la jornada.

Como respaldo de esta modificación se adjunta:

Anexo 42. Aprobación unificación actividades

5.12. Actualización directorio de fuentes de financiamiento disponibles

Esta actividad se planificó con el objetivo de entregar esta información a los participantes de los subcomités, lo que se había planificado previo al Subcomité 2. En base a su unificación con el Seminario internacional, esta información no fue entregada, pero fue actualizada con fecha mayo 2019.

5.13. Acercamiento informativo y coordinación formalización de gobernanza

Durante la ejecución del proyecto, la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura realizó un cambio en los ejes estratégicos del programa, lo que alteró la correcta ejecución de las actividades. Es por esta razón que se decidió no llevar a cabo esta actividad, y por lo tanto no se formalizó la gobernanza bajo ninguna figura específica.

Como respaldo de esta modificación se adjunta:

Anexo 43. Aprobación no formalización gobernanza

5.14. Sesión 2 gobernanza

La segunda sesión de la gobernanza llevó a cabo el jueves 22 de mayo entre las 15 y 17 hrs en la sal embarque de Fundación Chile. En dicha reunión participaron:

Tabla 13. Lista de asistentes primera sesión de Gobernanza

NOMBRE	INSTITUCIÓN
Mariana Jeréz	Subpesca
Julio Jorquera	Subpesca
Paula Larraín	FCH
Olaya Cambiaso	FCH
Gloria Garín	FCH
Fernando Zúñiga	FCH
Yasna Oyarce	Junaeb
Alessandro Lovatelli	FAO
Andrea Rivera	Minsal
Camila Ulloa	Edge Chile
Solange Brevis	Corfo

La agenda de la reunión fue la siguiente:

Avances Iniciativas

Seminario

Subpesca

Próximos eventos

Como respaldo de la actividad se adjunta:

- Anexo 44. Minuta segunda sesión de Gobernanza
- Anexo 45. Presentación segunda sesión de Gobernanza
- Anexo 46. Lista de asistencia segunda sesión de Gobernanza
- Anexo 47. Resultados encuesta de satisfacción segunda sesión de Gobernanza
- Anexo 48. Registro fotográfico segunda sesión de Gobernanza

5.15. Desarrollo de contenidos para capacitación

Durante la ejecución del proyecto se contemplaba el desarrollo de 3 tipos de contenidos de capacitación, correspondientes a padres y apoderados, pescadores artesanales y manipuladores de alimentos.

En base a las nuevas directrices de la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura, se propuso con fecha 22 de abril, el reemplazo de las actividades de capacitación a manipuladores de alimentos por un pilotaje extra de los contenidos desarrollados para pescadores artesanales, según se detalla en el punto 5.15.3.

5.15.1. Contenido de capacitación para padres y apoderados

En conjunto con la Escuela de Nutrición de la Universidad Católica y la Corporación TresA de la comuna de Lo Prado, se desarrolló un taller con información nutricional y preparaciones en base a productos del mar con productos de fácil preparación y accesibles.

Objetivos de capacitación

Fomentar el consumo de productos del mar en las familias de la comunidad, incorporando nuevas formas de preparación y técnicas de manipulación de diferentes productos (mejillón, reineta, jurel, jibia y cochayuyo), para ser incorporadas en el ámbito familiar, educacional, etc.

Método y sitio de capacitación

Dependiendo de las instalaciones disponibles, la capacitación pudo ser impartida de manera demostrativa o expositiva, por un profesional ya sea del área gastronómica o nutricional.

Materiales de capacitación

La capacitación cuenta con un video sobre la información nutricional de los productos y un recetario de las 5 recetas a desarrollar en la actividad, que se usará además en instancias de capacitación en actividades de difusión con presencia de jefas y jefes de hogar. Éstas son:

- Pebre de cochayuyo
- Salchicha de pescado
- Hamburguesa de jibia
- Milanesa marina
- Choritos al vapor



5.15.2. Contenido de capacitación para pescadores artesanales

Se desarrollaron contenidos de capacitación para pescadores artesanales enfocados en modelos de negocios y en sustentabilidad. Los tópicos fueron definidos en base a los intereses levantados de diferentes agrupaciones de pescadores artesanales y asesores del rubro.

Objetivos de capacitación

Entregar herramientas prácticas a los pescadores artesanales que les permitan mejorar su situación actual.

Objetivos específicos

- Módulo Modelo Negocios- Entender, revisar y aplicar la metodología Canvas para evaluar, fortalecer o generar sus modelos de negocio.
- Módulo Sustentabilidad- Capacitar acerca del ciclo de vida de los productos del mar, con énfasis en la plataforma de trazabilidad de Sernapesca y en Sello Azul de la misma institución.

Métodos de capacitación

La capacitación contó con 2 módulos, modelo de negocios y sustentabilidad, cada uno con una parte teórica para reforzar los contenidos del taller y luego continuar con una actividad de aplicación de los contenidos.

Sitio de capacitación

La capacitación se llevó a cabo en las dependencias de caletas de pescadores artesanales, según disponibilidad, y tuvieron una duración aproximada de 4 horas.

Materiales de capacitación

La capacitación cuenta con una PPT expositiva de las temáticas a abordar, materiales necesarios para la actividad práctica y material de apoyo para los asistentes al taller.

5.15.3. Contenido de capacitación para manipuladores de alimentos

En base a las nuevas directrices de la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura, se propuso con fecha 22 de abril, el reemplazo de las actividades de capacitación a manipuladores de alimentos por un pilotaje extra de los contenidos desarrollados para pescadores artesanales. Esta propuesta fue aceptada por Julio Jorquera, Contraparte técnica de la Subsecretaría, a través de correo electrónico, el 23 de abril del 2019 (Anexo 49).

Tabla 14. Propuesta de modificación de actividades enviadas por FCh.

ACTIVIDAD	ESTADO	MODIFICACIÓN/REEMPLAZO PROPUESTO
Capacitación Pescadores Artesanales	Realizados FCh: Modelo de negocio y taller de presupuesto EDGE: Sustentabilidad	Actividad sin modificaciones
Capacitación Manipuladores de Alimentos	Desarrollo de contenidos detenidos. Diseño PUC Pilotaje Región Metropolitana	Se propone destinar recursos a la generación de un tercer pilotaje de la capacitación de pescadores artesanales

5.16. Pilotaje de contenidos capacitación

Se realizaron 5 actividades de pilotaje; dos capacitaciones para padres y apoderados, y tres para pescadores artesanales.

5.16.1. Pilotaje de contenido de capacitación para padres y apoderados

- i. PILOTO 1- Capacitación Padres y apoderados- Padres, madres y apoderados Corporación TresA- Lo Prado

Se realizó un primer pilotaje de la capacitación el día 7 de septiembre de 9.00 a 14.00 hrs en el Taller de cocina de la Escuela de Nutrición de la Universidad Católica (campus San Joaquín).

El taller fue diseñado para un total de 18 padres, madres y/o apoderados de todos los establecimientos educacionales públicos de la comuna de Lo Prado (3 apoderados por escuela), principalmente los representantes del Centro de Padres y Apoderados.

La clase de cocina estuvo a cargo del Chef Sebastián Tobar Bächler- Chef Nutrición y Dietética, Departamento ciencias de la salud Pontificia Universidad Católica de Chile y de Chertier Ponce- Nutricionista Coordinadora Tres A educación.

Desarrollo de la actividad:

Módulo 1: 9.00-12.00

Chef – Docente, Nutricionista TresA. Elaboración demostrativa de las preparaciones en donde se destacaron los beneficios nutricionales de cada producto, la formas de manipulación y cuidados.



Módulo 2: 12.00-14.00

Los participantes se dividieron en 5 grupos (capacidad de la cocina), donde cada uno preparó una de las recetas mostradas. Para esto, contaron con la supervisión del chef docente, la nutricionista a cargo y estudiantes de la escuela.

Material de difusión:

- Recetario con 5 preparaciones para cada participante
- Díptico con información sobre los beneficios nutricionales, manejo e inocuidad de los productos.

Preparaciones:

PEBRE DE COCHAYUYO	
Ingredientes: 10 grs de Quínoa dorada 30 grs de cochayuyo 40 grs de Pimentón 40 grs de cebolla morada 40 grs de pepino 10 grs de ciboulette 10 cc de aceite de oliva 20 cc jugo limón Sal Pimienta	Preparación: Cocer las Quínoa y el cochayuyo por separado en agua Colar y dejarlas escurrir toda el agua Picar el cochayuyo finamente Picar todos los vegetales en cubos pequeños Picar el ciboulette muy fino Mezclar todos los ingredientes Agregar el aceite, el limón y la sal Agregar pimienta y corregir sazón Servir en un plato hondo
SALCHICHA DE PESCADO	
Ingredientes: 150 grs crema fresca 1 un clara de huevo 100 grs jurel 5 cc cognac 10 grs mostaza Dijon 3 grs pimienta negra molida 5 grs ciboulette Sal Pimienta	Preparación: Filetear el jurel y cortar en Parmentier. Pesar la carne. Marinar con sal, pimienta, mostaza, cognac clara de huevo, refrigerar y mantener frio. Moler el pescado en un procesador, traspasar a un bowl. Incorporar la mitad de la crema líquida y el resto semi batida, rectificar los condimentos. Agregar el ciboulette picado Sobre un papel films transparente, colocar una porción de 50 gramos de la mezcla de pescado y enrollar anudando los extremos (grosor de una vienesa) Colocar los rollos en una olla con agua hirviendo Cocinar por 10 minutos Retirar el papel y servir



HAMBURGUESA DE JIBIA	
<p>Ingredientes: 200 grs de jibia 50 grs cebolla 15 grs cilantro 15 grs cebollín 10 grs zanahoria 15 grs pimentón 1 huevo Sal Pimienta</p>	<p>Preparación: Cocer la jibia por una hora tapada a fuego bajo Picar los vegetales en cubos pequeños Colar la jibia y molerla en una procesadora En un bowl mezclar todos los ingredientes y agregar el huevo Formar las hamburguesas y cocinar en un sartén Dejar cocinar hasta dorar Servir</p>
MILANESA MARINA	
<p>Ingredientes: 200 grs reineta 1 un marraqueta 100 grs avena 1 un huevo 20 grs harina 100 grs tomate 50 grs cebolla 10 cc aceite de oliva 1 un limon Sal Pimienta</p>	<p>Preparación: Limpiar muy bien el pescado Pasar por harina sobre una fuente Luego pasar por el huevo batido con sal Finalmente pasar por la avena semi molida Colocar en horno por 20 minutos a 180°C Picar en rodajas el tomate Picar en pluma la cebolla y amortiguar con agua hirviendo y azúcar Mezclar el tomate con la cebolla y aliñar con aceite limón y sal Montar en una marraqueta el pescado junto con la ensalada a la chilena</p>
CHORITOS AL VAPOR	
<p>Ingredientes: 1 kilo de choritos con concha 1 un cebolla ½ paquete de perejil ½ paquete de cilantro 2 un cebollín 20 grs ciboulette 300 cc de vino blanco 500 grs de limón</p>	<p>Preparación: Lavar muy bien los choritos Colocar en una olla los choritos el vino y el perejil Dejar cocinar tapado los choritos hasta que se habrán Filtrar los choritos y reservar el caldo Desconchar todos los choritos y reservar Picar finamente la cebolla y el cilantro Mezclar cebolla, cilantro, jugo de limón y parte del caldo Montar en un plato la base de verduras y sobre ella los choritos</p>



ii. PILOTO 2- Capacitación Padres y apoderados- Colegio Santa María de Las Condes

Se realizó la segunda capacitación para padres y madres el día 12 de diciembre a las 18.30 horas en el colegio Santa María de Las Condes

En esta oportunidad el taller fue expositivo por la infraestructura disponible, iniciando con una presentación sobre las bondades nutricionales de los productos del mar y sobre las precauciones que hay que tener en su manipulación. Posteriormente se mostraron y degustaron preparaciones en base a Jurel y Chorito. Al encuentro asistieron un total de 23 integrantes de la comunidad educativa, entre padres, madres y/o apoderados, manipuladores, profesores, entre otros.

El taller estuvo a cargo de Marcela Cosentino, nutricionista senior de Clínica Santa María.

Material de difusión:

- Recetario con 5 preparaciones para cada participante
- Díptico con información sobre los beneficios nutricionales, manejo e inocuidad de los productos.

5.16.2. Pilotaje de contenido de capacitación para pescadores artesanales

Los tres talleres de capacitación fueron dictados en salas de capacitación y contaron con dos temáticas; Modelo de Negocios y Sustentabilidad, los que a su vez se dividieron en una parte expositiva y una actividad práctica para aplicar los conocimientos adquiridos. La actividad tuvo una duración aproximada de 4 horas, lo que incluyó un café para compartir con los invitados.

i. PILOTO 1- Capacitación pescadores artesanales- Centro de investigación del Instituto de Fomento Pesquero- Sector Caleta Hueihue

Capacitación realizada el día lunes 8 de julio a las 16.00 en el centro de investigación del instituto de fomento pesquero, en el sector de la Caleta Hueihue, Chiloé. Al encuentro asistieron un total de 17 dirigentes y pescadores artesanales de la zona.

El módulo de Modelo de Negocios fue dictado por Claudia Razeto, Flavio Araya de FCh y el de Sustentabilidad por Camila Ulloa de EDGE Chile.

- ii. PILOTO 2- Capacitación pescadores artesanales - Consejo Regional de Pescadores Artesanales- Corepa, ubicado en Palena 270-B, Puerto Montt.

Capacitación realizada el día martes 9 de julio a las 11.00 en el Consejo Regional de Pescadores Artesanales- Corepa, ubicado en Palena 270-B, Puerto Montt. Al encuentro asistieron un total de 15 dirigentes y pescadores artesanales de la zona y sus alrededores.

El módulo de Modelo de Negocios fue dictado por Claudia Razeto, Flavio Araya de FCh y el de Sustentabilidad por Camila Ulloa de EDGE Chile.

- iii. PILOTO 3- Capacitación pescadores artesanales – Sindicato de Algueras de Coliumo.

Capacitación realizada el día 31 de julio a las 15 hrs en la Sala del muelle Coliumo, Caleta Coliumo, Región del Biobío. Al encuentro asistieron un total de 16 algueras que forman parte del Sindicato de Algueras de Coliumo.

Se presentó el taller de Modelo de Negocios y Sustentabilidad de manera asociada, y luego se ejecutó el taller participativo, ambas actividades lideradas por Flavio Araya y Claudia Razeto, de Fundación Chile.

En todas estas capacitaciones, se entregó material de apoyo impreso.

5.16.3. Pilotaje de contenido de capacitación para manipuladores de alimentos

Actividad reemplazada por un pilotaje extra de los contenidos de capacitación para pescadores artesanales (Piloto 3), según autorización de la contraparte técnica de la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura con fecha 23 de abril de 2019 En base a **las nuevas directrices de la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura, se propuso con fecha 22 de abril, el reemplazo de las actividades de capacitación a manipuladores de alimentos por un pilotaje extra de los contenidos desarrollados para pescadores artesanales. Esta propuesta fue aceptada por Julio Jorquera, Contraparte técnica de la Subsecretaría, a través de correo electrónico, el 23 de abril del 2019 (Anexo 4949).**

5.17. Plan de comunicaciones y difusión año 1

Se desarrolló un plan de comunicaciones para la ejecución 2018-2019, el que fue previamente presentado en la propuesta técnica para postular a la licitación. El plan presentado en esa instancia sufrió algunas modificaciones, las que se detalla en el punto 6.2.1.

5.18. Desarrollo de contenidos de actividades para difusión

Durante la ejecución del proyecto se desarrollaron diversas piezas/contenidos de difusión, empezando por el cambio de imagen que se le dio al programa (Imagen 1)



Imagen 1. Nueva gráfica Del Mar a Mi Mesa

A partir de esto, se desarrollaron las siguientes piezas gráficas:

- Brochure Plan Estratégico: se rediseñó el brochure que resume el plan estratégico, imprimiendo 1.200 ejemplares.
- Pendón: Se rediseñó el pendón del programa imprimiendo dos unidades.
- Delantal del cocina: delantal negro con logo en blanco del programa. Se diseñó para ser utilizado en instancias de difusión y/o capacitación.
- Recetarios: como parte de los contenidos de capacitación se generó un recetario, tipo imán, el cual se imprimió de forma masiva para ser utilizado en distintas instancias de difusión del programa.
- Tríptico: se diseñó un tríptico con información nutricional y de manejo de algunos productos, destinado a instancias de difusión con público masivo. Ejemplares impresos 1.000 unidades.
- Material Infantil: se diseñó una regla escolar con motivo de los bacanes del mar, para ser entregada en las diferentes instancias con público infantil. Ejemplares 3.000.
- Corpóreo del programa.

Dado los nuevos ejes estratégicos de la Subsecretaría de Pesca y acuicultura, se reemplazaron la campaña radial, la elaboración del jingle y la publicación de prensa escrita pagada, por la impresión de más material y el aumento en la participación en diferentes ferias y/o eventos de difusión. Esto debido a la importancia que cobraron las actividades de difusión en terreno, ya sea en ferias y/o establecimientos educacionales en diferentes lugares de Chile, sumado a que la

gestión de prensa que ha tenido el programa lo ha posicionado en diferentes medios digitales e impresos, sin necesidad de incurrir en gastos por ello. Los materiales reimpresos fueron:

- Reglas (4.500 unid.)
- Pendones (2 unid.)
- Recetarios (2.000 unid.)
- Trípticos (2.000 unid.)
- Delantales de Cocina (100 unid.)

La solicitud de este cambio fue realizada por correo electrónico el 27 de febrero y fue aprobada el mismo día por Julio Jorquera, ejecutivo técnico de la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura (Anexo 50).

5.19. Instancias de difusión

Como parte inicial de la propuesta se acordó realizar 6 actividades de difusión en ferias libres o en lugares de venta de productos del mar, 2 en Santiago y 4 en regiones. En base a lo acotado de la propuesta y a los eventos del ecosistema durante la ejecución del programa, se llegó a los siguientes acuerdos, todos aprobados por la contraparte técnica del proyecto, Julio Jorquera:

- Feria Food Service. Se reemplazó la presencia en una feria libre regional y en una feria libre en Santiago, por la participación en la Feria Food Service, a través de un stand del 26 al 28 de septiembre 2018, además de la programación de cuatro módulos de cocina interactiva, durante el evento (Anexo 51).
- Se acordó la participación del programa en el taller de Merluza Común, organizado por Future of Fish, en la caleta de pescadores del Quisco, como una actividad de presencia regional (Anexo 52).
- Incorporación de 2 actividades de difusión extra, en base a las modificación de actividades en remplazo de prensa pagada, radial y la creación del jingle (Anexo 50).
- A petición de la Subsecretaría y por la importancia de las Ferias de Promoción de la Actividad Física y el Deporte del Mindep, se priorizó la presencia en estas instancias, acordándose realizar las dos actividades de difusión en Santiago y dos de los eventos regionales en dichos eventos (Anexo 53).

En resumen, se participó en 10 instancias de difusión; Food Service (2), Taller Merluza Común (1), Feria Libre Maipú (1), Actividades Mindep Escolar (6).

5.19.1. Actividades de difusión en ferias libres o lugares de venta de productos del mar

A continuación se describen las instancias de difusión consideradas como ferias libres o lugares de venta de productos del mar:

i. Espacio Food&Service

Desarrollo de la actividad

- Stand Del Mar a mi Mesa

El stand contó con material informativo sobre el programa y se le dio espacio a Mejillón de Chile (PER Mitílicos) y a diferentes emprendedores para que pudiesen mostrar sus productos en esta oportunidad (Sindicato de pescadores de Quillaípe - Condepp, St Andrews, Sea WeedPlace, Delicias de Altamar.

- Cocina en vivo

Del Mar a mi Mesa estuvo a cargo de la programación de cuatro bloques de cocina en vivo en los que participaron diferentes empresas, universidades, programas estratégicos, pescadores artesanales e instituciones públicas. Posterior a cada bloque, se realizó una degustación de los productos preparados para un público de 30-40 personas.

Programación de la actividad

13.00 - 13.45	Preparaciones en base a Mejillón Frederic Emery- Programa Mejillón de Chile Julio Jorquera Subpesca Olaya Cambiaso Fundación Chile
14.00 - 14.45	Appetizer del mar Carolina Matus- Santo Tomás Gloria Garín –Fundación Chile
15.00 - 15.45	Preparaciones en base Algas Frederic Emery- Santo Tomás Solange Brevis- Corfo
16.00 - 16.45	Preparaciones en base a Sardinas Frederic Emery- Santo Tomás Alejandra Domper – Elige Vivir Sano Andrés Barros- Fundación Chile Marco Godoy- Sindicato de pescadores de Quillaípe

ii. Taller de Merluza Común - Future of Fish

El jueves 18 de octubre se realizó el taller de Merluza Común en el Sindicato de Jaiberos de San Antonio, ubicado en la ciudad homónima que se enfoca en la extracción de Jaiba y Merluza común, en el cual participó Olaya Cambiaso en representación al Programa. Los pescadores locales de merluza de este sindicato habían solicitado específicamente que se hicieran algunas conexiones nuevas a la cadena de suministro durante el evento. En la oportunidad, asistió un grupo de comerciantes feriantes pesqueros, directivos de ASOF, representantes del gobierno y diversos expertos de ONGs. En la actividad se presentaron prototipos de las ideas previamente levantadas, los que permitieron que los pescadores, con la ayuda de otros asistentes, fortalecieran y profundizaran las ideas desarrolladas. Hubo una obvia y verdadera pasión en la sala y las reflexiones al final del día (incluidos los inspiradores discursos de los pescadores) se hicieron eco de una visión muy definida para hacer avanzar las ideas desarrolladas, durante los próximos meses y años.

El taller contó con la participación de 25 personas dentro de las que asistieron representantes de Asof y ferias libres las comunas de Ñuñoa, Maipú y Puente Alto, pescadores artesanales e instituciones públicas.

iii. Feria libre Maipú

Intervención realizada el viernes 1 de febrero 2019, en la feria libre de Padre Hurtado en la comuna de Maipú, con el objetivo de incentivar el consumo de productos del mar. La actividad fue organizada por la Fundación Ruta Saludable, iniciativa de la Confederación Nacional de Ferias Libres (ASOF) en conjunto con Del Mar a mi Mesa. Esta feria cuenta con más de 200 puestos, de los cuales 7 son de productos del mar.

En la ocasión, los vecinos de la comuna pudieron degustar preparaciones del chef Juan Carlos Hernández, tales como pastelera de merluza austral, ceviche de chorito y albóndiga de jurel con tomate, además de aprender sobre qué tener en cuenta a la hora de comprar pescados y mariscos en locales autorizados.

- ✓ Día de activación: viernes 01 de febrero 2019.
- ✓ Hora de activación: 11:30 horas.
- ✓ Lugar de activación: Feria Padre Hurtado, ubicada en Padre Hurtado con Huáscar, comuna de Maipú.
- ✓ Organizan Del Mar a Mi Mesa - Fundación Ruta Saludable.
- ✓ Apoya: ASOF C.G.



✓ Activación:

- Instalación de 2 stands con audio, donde se realizó difusión y promoción de productos del mar.
- Evaluaciones nutricionales a los asistentes.
- Entrega de material de difusión de productos del mar y sus beneficios.
- Degustación de productos, en base a jurel y merluza austral.
- Durante toda la actividad se contó con un animador, música y llamados al público a participar de actividad.

5.19.2. Actividades con presencia de público infantil

i. Feria de Promoción de la Actividad Física y el Deporte

Durante la última etapa del programa se participó de manera activa en la Feria de Promoción de la Actividad Física y el Deporte, organizada por el Ministerio del Deporte, la cual tiene por objeto promover los beneficios, valores y oportunidades de la práctica deportiva y los estilos de vida saludable a 173 comunas del país. Estas ferias, realizadas a lo largo de todo Chile, cuentan con la participación estable de Junaeb, Contrapeso, Ministerio de Salud, Parquemet y Elige Vivir Sano.

Esta actividad se desarrolla generalmente en establecimientos educacionales, en los cuales se invita a los estudiantes a disfrutar de una mañana distinta con circuitos de spinning, talleres de cocina, ejercicios de psicomotricidad y baile entretenido, actividades que apuntan a tener una vida más saludable.

El Programa participó en 6 de estas ferias, a través de la presencia de un Stand con material de difusión y la presencia del corpóreo, el que participó activamente en las actividades realizadas. A continuación se presenta el calendario de actividades en las que se participó.

Tabla 12. Participación Feria de Promoción de la Actividad Física y el Deporte

FECHA	HORARIO	COMUNA	ESTABLECIMIENTO
31-05-2019	10:00 a 13:00	Independencia	Liceo Presidente JOSE Manuel Balmaceda
18-06-2019	10:00 a 13:00	Conchalí	Escuela Atenea
20-06-2019	10:00 a 13:00	Santiago	Liceo Isaura Dinator de Guzman
29-07-2019	14:00 a 17:00	Quilicura	Liceo Alcalde Jorge Indo
30-07-2019	10:00 a 13:00	Pedro Aguirre Cerda	Estadio Dávila
31-07-2019	10:00 a 13:00	Macul	Centro educacional Millantu

5.20. Intervenciones formativas en comunidades escolares

Como parte de la propuesta se planificaron dos intervenciones formativas en comunidades escolares, las que fueron realizadas en conjunto con Cuna Cultural, quien cuenta con el apoyo y respaldo de la Organización de Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), Organización Mundial de la Salud (OMS-OPS), Ministerio de Educación (MINEDUC), Ministerio de Salud (MINSAL), Ministerio de Agricultura (MINAGRI), Subsecretaría de Pesca y Acuicultura, (SUBPESCA) Junta Nacional de Auxilio Escolar y Becas (JUNAEB), la Asociación Chilena de Municipalidades (AchM) y la Armada de Chile, entre otras importantes instituciones y empresas.

La actividad se planificó con el objetivo de facilitar una mayor comprensión en niños y niñas sobre los beneficios nutricionales que proporcionan los alimentos marinos para una vida saludable, estimulando en ellos hábitos positivos de consumo, por medio de la ejecución de un programa innovador, orientado a promover la nutrición sana, mediante el desarrollo de experiencias de aprendizaje lúdicas y de expresión artística.

Durante la ejecución de la actividad participaron un total de 4 cursos, e incluyó las siguientes actividades:

- Taller de arte para los niños y realización de Mural
- Concurso y adivinanzas
- Presencia de regalos y globos Jurel San José
- “Compartiendo paleta de colores con el artista”.
- Ronda Marina “Comiendo y Coloreando”.
- Cocina interactiva
- Acompañamiento de Violín durante la actividad
- Show de “Títeres Saludables Marinos” con mensajes sobre propiedades de los productos del mar
- Charla nutricional entretenida con nutricionistas y presentación power point para cada curso.
- Sesión de “Promesas y Compromisos”



i. Intervención 1: Colegio Santa María de Las Condes

Durante el 11 y 12 de diciembre de 2018 en el colegio Santa María de Las Condes, de la Dirección municipal de educación de la comuna de Las Condes, se ejecutaron estas actividades, finalizando con el lanzamiento del mural el día 12 de diciembre a las 12.00 en el mismo colegio, al que asistieron diferentes autoridades y representantes de la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura, Ministerio de Educación, Junta Nacional de Auxilio y Becas- Junaeb, Corporación Municipal de Las Condes, Asociación Nacional de Ferias Libres, Fundación Chile, entre otros.

ii. Intervención 2: Escuela de Artes y Cultura de Osorno

La actividad se realizó entre los días 16 y 17 de mayo 2019 en la Escuela de Artes y Cultura de Osorno, de la dirección municipal de la Comuna de Osorno y culminó con el lanzamiento del Mural el día 17 de mayo a las 13.00 y luego un cóctel a cargo de la escuela de gastronomía de Universidad Santo Tomás.

5.21. Preparación y ejecución de seminario

El seminario fue planificado en conjunto con la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura, se realizó el miércoles 24 de julio en el Auditorio de Fundación Chile y tuvo por objetivo dar a conocer los principales desafíos e iniciativas que permitirán lograr la meta planteada por el Plan Estratégico. En esta oportunidad, se contó con la presencia de Gonzalo Llosa, experto internacional en programas de Aumento de Consumo en Perú, Daniela Godoy, de Elige Vivir Sano e Iván Greco Asesor de Future of Fish, y se desarrolló un panel de expertos compuesto por representantes de distintas instituciones.

El programa del Seminario fue el siguiente:

	BIENVENIDA
9:00- 9:25	Sebastián Acevedo, FCH José Pedro Núñez, Subpesca Daniela Godoy, Elige Vivir Sano
9:25-9:45	MÓDULO 1: ¿Cómo podemos proyectar acción e innovación a partir de la Hoja de Ruta de Productos del Mar 2027? Flavio Araya, Innovación Abierta en Alimentos y Acuicultura FCh.

	MÓDULO 2: Panel Experto ¿Qué necesitamos para impulsar este cambio país?	
	Modera: Michelle Senerman	
9:50-10:20	<ul style="list-style-type: none"> • Paulo Rojas, Director Propescado • Alicia Gallardo, Directora Nacional Sernapesca • Miguel Leiva, Secretario General Conapach • Jurguen Betzhold, jefe Departamento de Pesca Artesanal- Subpesca 	
<hr/>		
	MÓDULO 3: Iniciativas relevantes	
10:20- 11:10	¿Cómo acortar los canales de comercialización entre la caleta y las ferias libres?	Iván Greco ONG Future of fish
	"A comer pescado": La exitosa estrategia peruana para promover el consumo de productos del mar	Gonzalo Llosa. Experto Internacional Perú
12:10-12:30	DEGUSTACIÓN DE PRODUCTOS Orizon- Dalca- Furku- Concha y Toro	

Adicionalmente, se organizó un almuerzo posterior al seminario, entre Subpesca, FCh y Gonzalo Llosa, de manera de disponer de más tiempo para conocer las iniciativas realizadas en Perú.

5.22. Evento de cierre

La actividad de cierre fue realizada el día 6 de julio de 2019, de las 11.00 a las 18. 00 hrs., en el marco de la Fiesta de San Pedro en la caleta de pescadores de Zapallar. La instancia, cuyo fin es conmemorar a su santo patrono, estuvo compuesta por una misa, bailarines y música, además contó con la presencia del Alcalde, la Armada de Chile y los dirigentes de la Caleta. Durante la actividad se repartió material de difusión para niños y adultos, se contó con un stand de pinta caritas y la animada participación del corpóreo del programa.

6. RESULTADOS POR OBJETIVOS

6.1. Objetivo 1 y 2. Asesorar y entregar apoyo logístico y técnico en el proceso de implementación del Plan Estratégico para aumentar el consumo interno de productos del mar. Brindar soporte logístico en la participación de actores públicos y privados y de la sociedad civil, para el desarrollo de una campaña nacional coordinada.

6.1.1. RESULTADO A: Directorio de fuentes de financiamiento

Status: Finalizado

Se presenta un directorio en formato Excel, con las fuentes de financiamiento para las actividades que surgieron de los subcomités relacionadas con el objetivo del plan. El documento se presentó en el primer subcomité y fue actualizado previo a la segunda sesión de gobernanza del programa. La información contenida en el documento es la siguiente:

- Nombre del Fondo
- Sitio web
- Contacto
- Objetivo
- Fuente de Financiamiento
- Requisitos postulación
- Proceso de postulación
- Alcance
- Monto
- Fecha de inicio
- Fecha de cierre
- Línea de acción a la que se asocia

Se adjunta:

Anexo 54. Fuentes de financiamiento disponibles

Anexo 55. Actualización de fuentes de financiamiento disponibles



Informe Final

“Avance en la implementación de hoja de ruta contenida en el plan estratégico del Programa del Mar a Mi Mesa, para el aumento del consumo interno de productos pesqueros”



6.2. Objetivo 3: Elaborar e implementar un plan detallado de comunicaciones de alcance nacional.

6.2.1. RESULTADO B: Plan detallado de comunicaciones y medios de alcance nacional, con acciones de corto plazo (año 1).

Status: Finalizado

Se adjunta:

Anexo 56. Plan de comunicaciones año 1



Plan de comunicaciones Implementación Plan Estratégico “Del Mar a Mi Mesa”

Contexto general

Chile siendo una potencia pesquera y acuícola, registra un bajo consumo de productos del mar con un consumo per cápita al año de 13,2 kg en comparación con el mundo que consume casi 20kg de acuerdo a cifras de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación (FAO).

En este contexto y en la gestión de la actividad de la pesca, se ha identificado como una de las áreas claves para el desarrollo y sustentabilidad del sector, la necesidad de promover y aumentar el consumo de productos del mar, surgiendo esto último como prioritario debido a los beneficios nutricionales que proporciona su consumo a la población y la oportunidad que representa como alternativa de desarrollo y diversificación para los actores de la pesca.

Durante 2017, la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura se hizo cargo del desafío de fomentar y aumentar el consumo de productos del mar en Chile y trabajó en un plan estratégico El plan que se tradujo en una hoja de ruta al 2027 que estableció como visión:

- Lograr un cambio cultural basado en la alimentación saludable, que permita aumentar el consumo de productos del mar, garantizando la sostenibilidad de los recursos pesqueros y acuícolas a lo largo de la cadena de valor, con énfasis en la innovación, desarrollo local y accesibilidad para todos.
- Alcanzar al 2027 un aumento de al menos 7 kg. per cápita de consumo de productos del mar, de manera de alcanzar los 20 kg/cápita/año, correspondientes al promedio de consumo mundial.

Para canalizar las acciones del Plan Estratégico del Mar a mi Mesa se identificaron 12 soluciones en 4 ejes de trabajo.

1. Educación nutricional y gastronómica:

- Aumentar la oferta de productos del mar en comedores institucionales, educacionales y privados.
- Capacitar a manipuladores de alimentos y relacionados acerca de inocuidad, bondades nutricionales de productos del mar, formas de preparación atractivas y desperdicio de alimentos



- Incorporar materias relacionadas a alimentación saludable, el rol fundamental del consumo de productos del mar e información acerca de los recursos hidrobiológicos de Chile, en currículum educacional.

2. Sustentabilidad:

- Contar con sistemas que aseguren la conservación de los recursos hidrobiológicos.
- Desarrollo de programas y estándares de buenas prácticas asociadas a la sustentabilidad de los productos pesqueros y acuícolas a lo largo de sus cadenas de valor.

3. Difusión y comunicación masiva:

- Trabajo multisectorial para el logro de una campaña nacional coordinada.
- Desarrollo de un plan detallado de comunicaciones de alcance nacional.
- Generar confianza y seguridad en el consumidor al momento de adquirir productos del mar, disminuyendo la percepción de riesgo y los prejuicios instalados. Transparentar el origen de los productos y los protocolos de seguridad alimentaria a lo largo de la cadena de valor al consumidor final.

4. Innovación en Productos, Procesos, Canales de Comercialización y Emprendimiento:

- Mejorar el acceso a productos del mar con mayor cobertura geográfica y socioeconómica diversificando canales de venta.
- Innovación en preparación y presentación de platos preparados con productos del mar para mejorar la aceptabilidad, aportando también a disminuir el desperdicio de estos alimentos.
- Mejorar la eficiencia entre los actores de la cadena, para así favorecer la disminución de precios.
- Promover el emprendimiento para innovación y desarrollo de productos considerando la pérdida y merma de alimentos a lo largo de la cadena de valor.

Metodología

La estrategia de comunicaciones se desarrollará en base al objetivo 2018 de la iniciativa, que busca implementar el “Plan Estratégico para Aumentar el Consumo de Productos del Mar en Chile”. Asimismo, se entregarán lineamientos para acompañar las etapas del programa en los próximos años.

Público Objetivo

- Pescadores artesanales.
- Manipuladores de alimentos.



- Jef@s de hogar.
- Escolares.

Hitos 2018

- Evento lanzamiento 2da etapa “Del Mar a Mi Mesa” (1).
- Sesiones de Subcomités (2).
- Intervenciones formativas en comunidades escolares (2).
- Seminario con actores relevantes de la industria y un experto internacional (1).
- Actividades pilotos de testeo (6) con tres grupos objetivos: manipuladores de alimentos, jef@s de hogar y pescadores artesanales.
- Actividades de difusión en ferias libres/ espacio de ventas de productos del mar (4).
- Actividades de difusión en lugares con presencia infantil (2).

1. Desarrollo y difusión de contenido

Durante el 2018 se trabajará en el diseño de material de difusión en base al Plan Estratégico para Aumentar el Consumo de Productos del Mar, con foco en los 4 públicos objetivos y en diversos formatos, tales como, brochures, folletería y merchandising, según sea el objetivo de cada actividad.

2. Selección de embajadores

En esta nueva etapa, el plan de comunicaciones busca incorporar al menos un embajador reconocido por la ciudadanía que nos permitan movilizar y apalancar la iniciativa, ya sea a través de redes sociales y/o eventos. El criterio de selección de este rostro es que, además, apunten a las audiencias de nicho que son objetivo en esta etapa.

Se trabajará en una lista de candidatos del ecosistema, que luego será evaluada con la contraparte de la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura y Fundación Chile.

A partir del levantamiento del embajador, se les contactará para establecer el vínculo, alinearlos a la campaña y requerir de él su participación presencial y/o digital en hitos claves de la campaña, reforzando y amplificando el mensaje entre los targets antes mencionados.



Una vez el embajador apruebe sumarse a la campaña, se le proveerá de un kit digital que les permita ser activos en la difusión de la iniciativa.

3. Agenda de Trabajo

Actividades Presenciales	Meses de ejecución											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Reuniones de planificación mktg y cc (FCh)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Lanzamiento		x										
Seminario							x					
Evento Cierre												x
Actividades piloto (6)				x		x		x	x	x		x
Actividades de difusión ferias libres (4)				x		x		x		x		
Actividades difusión infantil (2)						x			x			
Subcomité (2)						x				x		
Intervenciones en comunidades escolares					x			x				
Difusión /Acciones/ Gestión	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Grilla RRSS (12)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Newsletter (6)		x		x		x		x		x		x
Campaña radioemisora												
Selección y gestión de embajador(es)						x						
Diseño de personaje y campo de intervención (corpóreo)			x									
Comunicados de prensa		x					x					x

4. Indicadores de éxito

Los indicadores de éxito de la campaña serán fijados según el canal que corresponda, siendo preliminarmente los siguientes:

- N° de comunicados de prensa generados y emitidos. Los hitos de lanzamiento, seminario y evento cierre serán trabajados con un comunicado previo a los medios, revisado y aprobado por la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura.
- N° de publicaciones en medios de difusión en base a comunicados de prensa y gestiones realizadas por Fundación Chile. En cada informe de avance irá detallado un apartado con el número de publicaciones, el medio y su valor publicitario correspondiente.



- N° de posts y/o mensajes para RRSS entregados a la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura y asesoría en inversión según público objetivo (monto sugerido y alcance esperado). Se entenderá por asesoría, recomendaciones sobre lo que se debe invertir para lograr un mayor alcance por cada público objetivo determinado.
- N° de actividades y eventos presenciales realizados durante la campaña.
- N° de participantes y/o alcance directo e indirecto de cada hito presencial realizado en la campaña.
- N° de newsletter emitidos durante la campaña.
- N° de visualizaciones de los newsletters emitidos durante la campaña.
- N° de materiales de difusión entregados a los públicos objetivos.
- Alcance en radio difusión pagada.

5. Canales de comunicación

En base al público objetivo, se determinaron algunos canales que se consideran más efectivos para llegar al público de interés.

Medios de información nacional (medios impresos/online, radio y/o TV):

Estos canales se utilizarán como plataforma para llegar a una audiencia más amplia como pescadores artesanales y jefe@s de hogar. Se trabajará en la gestión de contenidos relevantes para este tipo de medios, envío de comunicados de prensa de los hitos clave y se ofrecerán vocerías de quienes conforman la iniciativa para reportajes, entrevistas o columnas. Además se reforzarán las gestiones en medios radiales y/o TV de alcance local y nacional a lo largo de la ejecución del programa. Todo esto previa validación con la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura y Fundación Chile.

Cabe destacar que el lenguaje a utilizar en materia de difusión, se ajustará a la audiencia -y de acuerdo a los medios que se vayan seleccionando para gestionar-.

Medios especializados

A través de este tipo de medios se buscará impactar a una audiencia mucho más específica que busca en este tipo de espacios un análisis más profundo, en este caso, del consumo de productos del mar en Chile. Se trabajará en el desarrollo de temáticas interesantes a publicar, vocería, entrevistas, comunicados de prensa, entre otros. Todo esto previa validación con la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura y Fundación Chile.

Newsletter



A través de esta herramienta, y de manera bimensual, se buscará informar al ecosistema de los últimos avances del programa, así como también de su participación en seminarios, ferias, taller y/o exposiciones, entre otros. Además, se relevará contenido de valor para la audiencia en formato de entrevistas, columnas, y noticias que darán cuenta, por ejemplo, de las últimas tendencias en la industria, casos de emprendedores, recetas, todo esto bajo un diseño moderno y llamativo para el lector.

Este será difundido en formato digital a la base de datos definida con la contraparte de la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura y Fundación Chile.

RRSS

Con el fin de apoyar la difusión de la campaña “Del Mar a mi Mesa”, se desarrollará e implementará una estrategia de difusión en redes sociales la que será elaborada por Fundación Chile e implementada por Subsecretaría de Pesca y Acuicultura (Subpesca).

Los contenidos y piezas gráficas serán propuestos por Fundación Chile y validados por la Subpesca, para lo cual se trabajará una grilla mensual con contenidos de interés para las cuatro audiencias establecidas en las bases de licitación y publicado en las redes sociales institucionales de Subpesca. A su vez, Fundación Chile podrá difundir, de manera complementaria, el contenido en sus redes, citando siempre su origen (Subpesca).

Para el correcto funcionamiento de este tipo de difusión, se propone que Fundación Chile envíe los días 25 de cada mes una propuesta de grilla mensual a la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura, la que deberá ser revisada y comentada en un período de 48 horas por la misma. Luego, Fundación Chile hará envío de la grilla mensual ajustada y corregida el último día del mes.

La grilla mensual contendrá las piezas a difundir (4) en cada red social, así como también el monto sugerido de inversión para asegurar el alcance que se quiera lograr. Quedará en manos de la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura la implementación o no de dicha grilla, así como la decisión del monto a invertir.

Al no tener acceso a las métricas de los canales institucionales (google analytics y herramientas de gestión e inversión de las redes sociales), será función de la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura medir y analizar el alcance y efectividad de la campaña en RRSS.

A fin de obtener mejores resultados en este tipo de canales digitales, se sugiere que la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura entregue feedbacks a Fundación Chile acerca del retomo de la inversión e interacciones en RRSS. Esto a fin de ir ajustando las piezas a la audiencia correspondiente de la mejor forma posible.

6. Plan de comunicaciones a mediano plazo



Se trabajará en un plan de comunicaciones a mediano plazo (cinco años) en base los lineamientos establecidos en el “Plan Estratégico Nacional para Aumentar el Consumo de Productos del Mar en Chile”.

Bajo este escenario, se definirán los mensajes clave y relatos a abordar por cada público objetivo durante estos cinco años. Además se analizará la mejor estrategia de medios para lograr el impacto deseado en cada una de los públicos objetivos, así como también las herramientas más efectivas para potenciar cada uno de los mensajes y relatos definidos.

A partir de este plan, se hará foco en las actividades de difusión a realizarse durante el primer período, detallando:

- Preparación de contenido en base a prioridades de “Del Mar a Mi Mesa”.
- Selección de al menos 1 embajador.
- Desarrollo agenda de trabajo.
- Establecimiento de indicadores de éxito.
- Propuesta de plan de medios.
- Valorización de la ejecución de la estrategia de comunicación.

6.2.2. RESULTADO C: Plan de comunicaciones y medios de alcance nacional a 5 años.

Status: finalizado

El plan de comunicaciones a 5 años, consideró acciones de marketing que fomenten el posicionamiento del programa y cumplan el propósito de la iniciativa. Es de suma importancia tener presente el objetivo primordial del proyecto, que es aumentar el consumo de productos del mar, como punto de partida para definir los mensajes claves y medios de comunicación que potenciarán este programa.

Dado lo anterior, la estrategia de marketing se enfocó en tres ejes principales:

1. **Nueva estrategia digital:** Hoy en día vivimos en una sociedad que se informa e interactúa a través de RRSS, es por esta razón que se deben crear cuentas de Facebook, Twitter e Instagram. Además, se necesitan *influencers* y voceros que logren persuadir a la población sobre el consumo de estos alimentos. También se debería considerar una página web propia del programa, con diferentes secciones (*recetarios*, *noticias*, *tips*, información educativa, etc). Por último, hay que continuar enviando *newsletters* de forma bimensual para mantener el *top of mind* y lograr una mayor concientización del consumo de alimentos del mar.
2. **Medios masivos:** Para lograr un alcance a nivel nacional y una campaña que potencie realmente este programa, se necesita canales de salida masivos y con foco en la educación y concientización del consumo de alimentos del mar. Un buen ejemplo de esto es la campaña "yo tomo leche", la cual se podría replicar para este proyecto, considerando la televisión como medio principal de esta iniciativa. También hay que considerar la radio como un canal de difusión que apunta al público objetivo "adulto mayor" y que tiene mucha relevancia para inculcar el verdadero sentido y propósito del programa.
3. **Eventos clave:** Hay que mapear todos los eventos relacionados al consumo de alimentos saludables y participar con un stand para potenciar el posicionamiento de marca y lograr incentivar el consumo de estos productos. Las vocerías en estos eventos es fundamental para lograr visibilidad y fomentar el programa.

Se adjunta:

Anexo 57. Plan comunicacional a 5 años.

Anexo 58. Aprobación plan comunicacional a 5 años.

6.2.3. RESULTADO D: Reporte con los resultados de las principales actividades

Status: finalizado

A continuación se presentan los medios de verificación y reportes de las siguientes actividades:

- i. Desarrollo documento resultados gobernanza
Anexo 59. Medios de verificación gobernanza 1 y 2
- ii. Desarrollo documento resultados subcomités
Anexo 44. Minuta segunda sesión de Gobernanza

6.3. Objetivo 4: Ejecutar acciones propuestas en la hoja de ruta como parte de las soluciones identificadas.

6.3.1. RESULTADO E: Registro gráfico

Status: finalizado

Registro fotográfico de las siguientes actividades:

- Lanzamiento Etapa Implementación DMAMM (Anexo 36)
- Capacitación Padres y Apoderados TresA- PUC (Anexo 107)
- Feria Food & Service (Anexo 85)
- Taller Merluza Común (Anexo 87)
- Intervención Feria Libre Maipú (Anexo 89)
- Intervención educativa Cuna Cultural Las Condes (Anexo 109)
- Comités Directivos (Anexo 4, 8, 15)
- Sesiones de gobernanza (Anexo 29, 48)
- Subcomité 1 (Anexo 40)
- Seminario (Anexo 103)
- Capacitación Pescadores Artesanales (Anexo 114, 117, 120)
- Evento de Cierre (Anexo 104)
- Ferias del Deporte (Anexo 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97)

6.3.2. RESULTADO F: Actividades de difusión – materiales

Status: finalizado

Tabla 16. Resumen materiales de difusión

MATERIAL	COMPROMETIDO	REALIZADO	DESCRIPCIÓN
Corpóreo	1	1	Corpóreo de Merluza.
Material de Difusión	6	6	Brochure (1.200 Unidades) Tríptico (1.000 Unidades) Recetario (1.000 Unidades) Delantal (100 Unidades) Pendón (2 Unidades) Regla Infantil (3.000 Unidades)
RRSS	12	12	Grillas mensuales para la difusión de las acciones del proyecto, a través de las redes sociales del canal institucional (Subpesca).
Newsletter	6	6	6 Newsletters enviados

i. Corpóreo



Como se mencionó anteriormente, y en acuerdo con la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura, para las intervenciones artísticas del corpóreo se decidió no realizar el jingle, destinando esos fondos a actividades de difusión en terreno (Anexo 50).



Informe Final

“Avance en la implementación de hoja de ruta contenida en el plan estratégico del Programa del Mar a Mi Mesa, para el aumento del consumo interno de productos pesqueros”



ii. Material de Difusión

a. Brochure

ENTIDADES QUE PARTICIPARON EN EL COMITÉ TÉCNICO Y MESAS AMPLIADAS

Achpia	Ministerio de Salud
Aquícola Alas SA	Ministerio de Educación
Algueras de Navidad	Junta Nacional de Auxilio Escolar y Becas (Junaebe)
AmiChile	Nutre tu día
Aqua Pacifico	Munani
Aramark	Nutre tu día
Asof	Nutre Chile
Asipes	Nam
Camanchaca	OMS-UChile
Capchical	Orizon
Cencosud	Prochile
Codema	Programa Estratégico Pesca Sustentable
Colegio de Nutricionistas	Productos Yahgan
Canem	Pymepas
Caleta Lastarria	Salmon Chile
Chile es Mar	Salmon Crakleat
Conadecus	Sernapesca
Conapach	Elige Vivir Sano
Condepp	Sonapesca
CORFO	Suspesca
FAO	Terminal Pesquero
Fresh Business Parú	Metropolitano
Fundación Mar de Chile	Transforma Alimentos
Fundación Walton	U. de Chile
Fundación Chile	WWF
Indulmentos	
Inta	
Echinuco	
El señor de las provisiones	
Ministerio Desarrollo Social	
Mejillón de Chile	

PLAN ESTRATÉGICO PARA AUMENTAR EL CONSUMO DE PRODUCTOS DEL MAR EN CHILE

FCH FUNDACIÓN CHILE



PLAN ESTRATÉGICO PARA AUMENTAR EL CONSUMO DE PRODUCTOS DEL MAR EN CHILE

Años	2019		2022		2027	
	CORTO PLAZO	MEDIANO PLAZO	CORTO PLAZO	MEDIANO PLAZO	CORTO PLAZO	MEDIANO PLAZO
Elaborar a la población objetivo...	Aumentar la oferta de productos del mar en comedores institucionales, educacionales y privados.					
Preparar e implementar...	Conocer con sistemas que aseguren la conservación de los recursos hidrobiológicos.					
Generar estrategias de...	Trabaja multisectorial para el apoyo de una campaña nacional coordinada.					
Elaborar el proceso...	Alargar el proceso...					
Soñar, diseñar...	Investigar en preparación...					
Preparar el proceso...	Alargar la difusión...					

EL CAMINO RECORRIDO 2017



b. Tríptico

MEDIDAS BÁSICAS PARA EL CONSUMO DE PRODUCTOS DEL MAR

- Comprar sólo en locales autorizados por Seremi de Salud.
- Mantener refrigerados a temperaturas de entre 0 y 5°C.
- Lavarse bien las manos y no mezclar los productos en el mesón para evitar la contaminación cruzada.
- Una vez descongelados los productos, no volver a congelar.
- No descongelar a temperatura ambiente y una vez preparados consumirlos lo antes posible.
- Mantener los productos no más de 1 o 2 días en el refrigerador y hasta 3 meses en el congelador.
- Consumir los pescados y mariscos cocidos. Recuerde que el limón no cuece los alimentos.

IMPULSANDO EL CONSUMO DE PRODUCTOS DEL MAR EN CHILE

FCH FUNDACIÓN CHILE

¿POR QUÉ LOS NIÑOS DEBEN COMER PESCADO?

Comer pescado regularmente mejora el aprendizaje de los niños y ayuda a disminuir el riesgo de enfermedades al corazón.

¿CÓMO IDENTIFICAR SI EL PESCADO ES APTO PARA EL CONSUMO?

- OJOS**
 - ⊗ Ocupa toda la cavidad orbitaria transparentes, brillantes, salientes, pupila oscura.
 - ⊙ Opacos, hundidos, nublados, pupila gris.
- ESCAMAS**
 - ⊗ Unidas entre sí, bien adheridas a la piel, con brillo metálico, no viscosas.
 - ⊙ Opacas, viscosas, perdidas de gran cantidad de escamas al tacto.
- OLOR**
 - ⊗ Agradable, con aroma marino.
 - ⊙ Anormal, amoniacal, mal olor.
- BRANQUIAS**
 - ⊗ Del rosado al rojo intenso, húmedas y brillantes, sin sustancias viscosas, olor suave a mar o río.
 - ⊙ Café parduzco, mucos amarillentos y espesos.
- CAVIDAD ABDOMINAL**
 - ⊗ Completamente enviscerada y limpia, superficie sin desgarros, lustrosa.
 - ⊙ Desgarrada, huesos o espinas separadas del legajo, envisceración incompleta.

AL COMPRAR PRODUCTOS DEL MAR, ASEGÚRESE DE QUE ESTÉN FRESCOS

¿CUÁNTAS VECES A LA SEMANA COMER PESCADO?

Para obtener los beneficios nutricionales del pescado, es necesario comer al menos 2 veces a la semana. Prefiere al vapor o a la plancha.

¿QUÉ APORTES NUTRICIONALES POSEE EL PESCADO PARA LOS NIÑOS?

- El fósforo es fundamental para el crecimiento, formación y mantención de los huesos y dientes.
- El selenio es antioxidante, protege contra las enfermedades cardiovasculares, estimula el sistema inmune, y se asocia a prevenir el cáncer.
- La vitamina B3 participa en la circulación sanguínea y en la respiración.
- La vitamina B12 es esencial para el funcionamiento del sistema nervioso.

¿PARA QUÉ SIRVEN LAS PROTEÍNAS DEL PESCADO?

Sirven para construir y reparar los órganos y tejidos del cuerpo, especialmente durante el crecimiento. Además forman defensas contra las enfermedades.

Cochayuyo
Durvillaea antarctica
Alto en fibra | bajo en grasas | vitaminas A, B9, C, E | calcio, hierro y magnesio | regula el tránsito intestinal, reduce el nivel de colesterol y glucosa sanguínea.

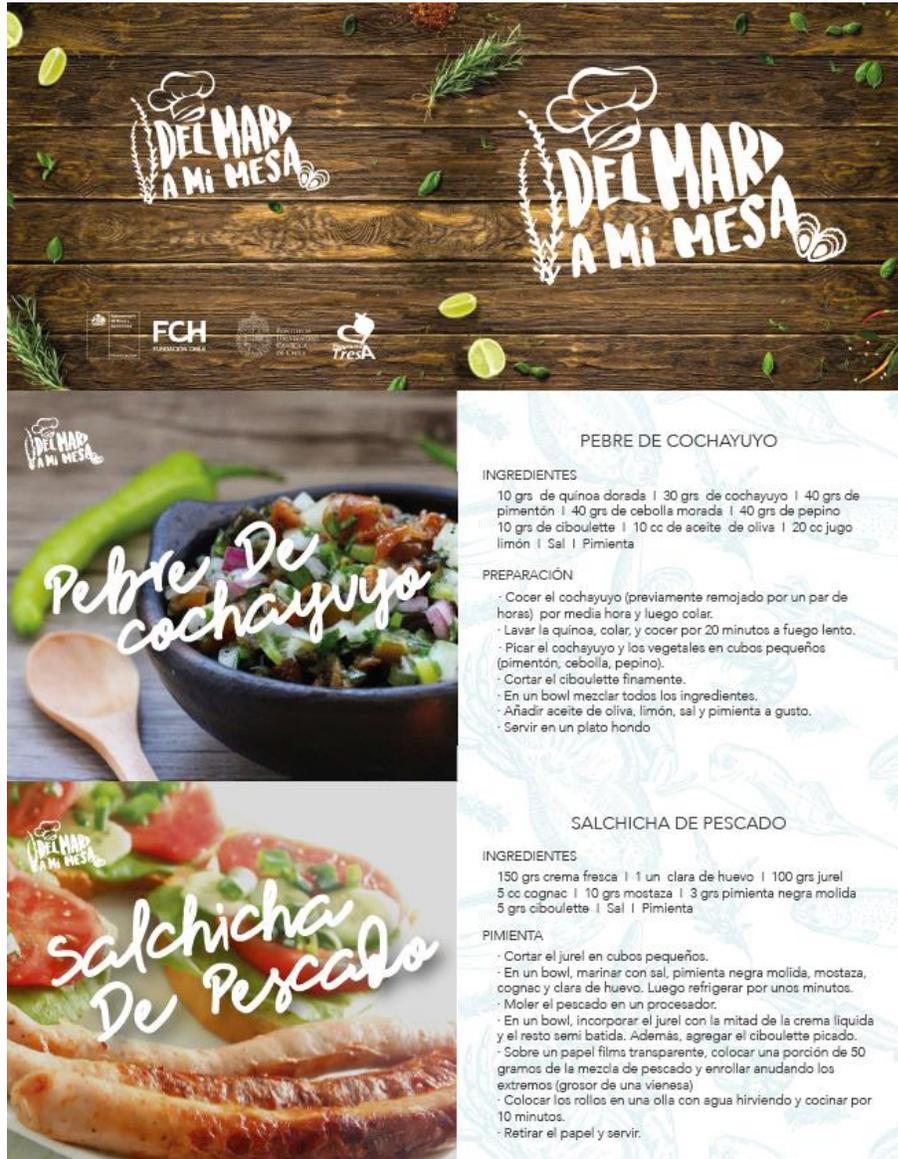
Jibia
Dosidicus gigas
Fuente de omega 3 | rica en proteína | calcio | zinc | colágeno.

Reineta
Brama australis
Rica en proteínas | bajo contenido de grasas y colesterol.

Choritos
Mytilus chilensis
Omega 3 | vitamina B12 | zinc | hierro | efecto antiinflamatorio y beneficioso para el sistema cardiovascular.

Jurel
Trachurus murphyi
Omega 3 | rico en proteína | potasio | vitamina B12 y D | ayuda a disminuir el colesterol y potencia el aprendizaje en niños.

c. Recetario



DEL MAR A MI MESA

DEL MAR A MI MESA

FCH FUNDACIÓN CHILE

Ministerio de Desarrollo Regional y Planificación Regional

trasa

PEBRE DE COCHAYUYO

INGREDIENTES

- 10 grs de quinoa dorada | 30 grs de cochayuyo | 40 grs de pimentón | 40 grs de cebolla morada | 40 grs de pepino
- 10 grs de ciboulette | 10 cc de aceite de oliva | 20 cc jugo limón | Sal | Pimienta

PREPARACIÓN

- Cocer el cochayuyo (previamente remojado por un par de horas) por media hora y luego colar.
- Lavar la quinoa, colar, y cocer por 20 minutos a fuego lento.
- Picar el cochayuyo y los vegetales en cubos pequeños (pimentón, cebolla, pepino).
- Cortar el ciboulette finamente.
- En un bowl mezclar todos los ingredientes.
- Añadir aceite de oliva, limón, sal y pimienta a gusto.
- Servir en un plato hondo

SALCHICHA DE PESCADO

INGREDIENTES

- 150 grs crema fresca | 1 un clara de huevo | 100 grs jurel
- 5 cc cognac | 10 grs mostaza | 3 grs pimienta negra molida
- 5 grs ciboulette | Sal | Pimienta

PIMIENTA

- Cortar el jurel en cubos pequeños.
- En un bowl, marinar con sal, pimienta negra molida, mostaza, cognac y clara de huevo. Luego refrigerar por unos minutos.
- Moler el pescado en un procesador.
- En un bowl, incorporar el jurel con la mitad de la crema líquida y el resto semi batida. Además, agregar el ciboulette picado.
- Sobre un papel films transparente, colocar una porción de 50 gramos de la mezcla de pescado y enrollar anudando los extremos (grosor de una vienesa)
- Colocar los rollos en una olla con agua hirviendo y cocinar por 10 minutos.
- Retirar el papel y servir.

Pebre De Cochayuyo

Salchicha De Pescado



HAMBURGUESA DE JIBIA

INGREDIENTES

200 grs de jibia | 50 grs cebolla | 15 grs cilantro | 15 grs cebollín | 10 grs zanahoria | 15 grs pimentón | 1 huevo | Sal | Pimienta

PREPARACIÓN

- Cocer la jibia en agua por una hora tapada a fuego lento.
- Picar los vegetales (cebolla, cebollín, zanahoria, pimentón, cilantro).
- Colar la jibia, picar en cubos y moler en una procesadora.
- En un bowl mezclar todos los ingredientes, agregando el huevo, sal y pimienta.
- Con las manos limpias, armar las hamburguesas amasándolas ligeramente y cocinar en un sartén hasta lograr un dorado.
- Servir.



MILANESA MARINA

INGREDIENTES

200 grs reineta | 1 un marraqueta | 100 grs avena | 1 un huevo | 20 grs harina | 100 grs tomate | 50 grs cebolla | 10 cc aceite de oliva | 1 un limón | Sal | Pimienta

PREPARACIÓN

- Limpiar muy bien el pescado.
- Pasar por harina, huevo batido con sal y avena semi molida.
- Colocar en horno por 20 minutos a 180°C.
- Picar en rodajas el tomate.
- Cortar la cebolla en pluma y amortiguar con agua hirviendo y azúcar.
- Mezclar el tomate con la cebolla y aliñar con aceite, limón, sal y pimienta.
- Agregar en una marraqueta el pescado junto con la ensalada a la chilena.



CHORITOS AL VAPOR

INGREDIENTES

1 kilo de choritos con concha | 1 un cebolla | ½ paquete de perejil | ½ paquete de cilantro | 2 un cebollín | 20 grs ciboulette | 300 cc de vino blanco | Jugo de ½ kilo de limón

PREPARACIÓN

- Lavar muy bien los choritos y añadirlo a un olla con vino y perejil.
- Dejarlos cocinar hasta que se abran en una olla con tapa.
- Colar los choritos y conservar el caldo.
- Picar finamente la cebolla, cilantro, ciboulette y mezclar con jugo de limón y parte del caldo en un bowl.
- Montar en un plato las verduras y sobre ella los choritos.



Informe Final

“Avance en la implementación de hoja de ruta contenida en el plan estratégico del Programa del Mar a Mi Mesa, para el aumento del consumo interno de productos pesqueros”

d. Delantal



e. Pendón



f. Regla Infantil



Se adjunta:

Anexo 61. Material Gráfico -Brochure Plan Estratégico DMAMM

Anexo 62. Material Gráfico -Tríptico DMAMM

Anexo 63. Material Gráfico - Delantal

Anexo 64. Material Gráfico - Pendón DMAMM

Anexo 65. Material Gráfico - Regla DMAMM



iii. RRSS

a. Grilla 1 septiembre 2018

POST 1 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>El programa #DelMarAMiMesa tiene como meta al 2027 aumentar de 13 a 20kg el consumo de pescados y mariscos per cápita. ¿Cómo lo lograremos?</p>	

POST 2 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>Septiembre</p> <p>La primavera llegó para quedarse. Es por eso que te invitamos a que la sigas disfrutando de una manera rica y saludable. Prepara este exquisito pebre de cochuayo al estilo #DelMarAMiMesa @subpesca @fundacionchile @nutricionydieteticauc</p> <p>Link Receta (la foto puede tener el link): https://gallery.mailchimp.com/1adbdd02c3fc90cd9393d726d/files/2f5423aed_dba3_4662_a87f3cd760f7479e/recetas_dmamm_copia.pdf</p>	



POST 3 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>Food and service</p> <p>#DelMarAMiMesa te invita a la cocina interactiva en @espaciofood&service, donde podrás aprender a cocinar recetas ricas y nutritivas en base productos del mar.</p> <p>Fecha: Jueves 27 de septiembre 2018 Horario: De 12.00 a 17.00 hrs Lugar: espacio Riesco Santiago @subpesca @fundacionchile</p>	

POST 4 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>Actividad Padres</p> <p>Padres y apoderados de 11 colegios municipales de la comuna Lo Prado participaron de una capacitación culinaria #DelMarAMiMesa donde aprendieron ricas y fáciles recetas en base a productos del mar. Te dejamos aquí el recetario:</p> <p>https://gallery.mailchimp.com/1edbdd02c3fc90ed9393d726d/files/a642a9ed-dba3-4662-a871-3cd760f7479e/recetas_dmamm_copia.pdf</p> <p>@subpesca @fundacionchile @nutricionydieteticauc</p>	



POST 5 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>Post Contenido</p> <p>Los productos del mar benefician la salud de las personas por sus altos contenidos de omega 3 y proteína baja en grasa. #DelMarAMiMesa @subpesca @fundacionchile</p>	

b. Grilla 2 octubre 2018

POST 1 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>Los choritos son un alimento ideal para quienes quieren comer sano y rico. Además son altos en vitamina B12, Zinc, Hierro y Omega 3. Súmate al movimiento por lo saludable y ámate a cocinar estos deliciosos choritos al vapor. #DelMarAMiMesa @subpesca @fundacionchile@nutricionydieteticauc</p> <p>Link: https://bit.ly/2QHrih8</p>	



POST 2 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>Hoy contamos con más de 60 instituciones comprometidas con nuestro desafío: aumentar en 7kg el consumo per cápita de pescados y mariscos a 2027. ¡Súmate a esta gran cruzada! #DelMarAMiMesa @subpesca @fundacionchile</p>	

POST 3 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>¿Sabías qué? Chile alberga más de 161 especies marinas en explotación y cultivo en sus más de 4.200 km de costa: 14 algas, 87 peces, 34 moluscos, 23 crustáceos, dos equinodermos y un tunicado. #DelMarAMiMesa @subpesca @fundacionchile</p>	



POST 4 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>La chicorea de mar es un alga altamente cotizada en el mercado asiático, como ensalada y decoración exclusiva de platos. Además destaca por su alto contenido de fierro, calcio y magnesio. Conoce como Seaweed Place está innovado en base a este rico y saludable producto (link) #DelMarAMiMesa @subpesca @fundacionchile</p>	

c. Grilla 3 noviembre 2018

POST 1 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>Brama Australis, más conocida como la reineta, es un pescado rico en proteínas con bajo contenido de grasas y colesterol. Hoyte invitamos a innovar y cocinar esta deliciosa milanesa marina. #DelMarAMiMesa @subpesca @fundacionchile @nutricionydieteticauc link: https://bit.ly/2QHrjh8</p>	



POST 2 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>Del Mar a Mi Mesa apuesta por la Sustentabilidad. ¿Cómo lo hacemos? Proponiendo e implementando prácticas que permitan asegurar la sustentabilidad de los distintos recursos a lo largo de la cadena de valor de los productos del mar. #DelMarAMiMesa @subpesca @fundacionchile</p>	

POST 3 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>¿Sabías que? Chile es el segundo productor mundial de samónidos después de Noruega, y el segundo productor mundial de mejillón, debajo de China (FAO 2016) #DelMarAMiMesa @subpesca @fundacionchile</p>	



d. Grilla 4 diciembre 2018

POST 1 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>¡Nunca había sido tan rico comer saludable! Te invitamos a preparar esta deliciosa hamburguesa de jibia, alta en proteínas, calcio, zinc y colágeno. #DelMarAMiMesa @subpesca @fundacionchile @nutricionydieteticauc link:https://bit.ly/2QHrjh8</p>	

POST 2 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>La educación nutricional y gastronómica está en nuestro ADN. Es por eso que nos hemos propuesto educar a los chilenos sobre las bondades de los productos del mar, enseñando formas de preparación accesibles y atractivas, y derribando mitos que constituyen una barrera para el consumo. #DelMarAMiMesa @subpesca @fundacionchile</p>	



POST 3 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>¿Sabías que? Al consumir pescado, es recomendable preferir aquellos como el jurel, salmón y sardinas, ya que contienen una mayor cantidad de ácidos grasos (Omega 3) y ayudan cubrir nuestras necesidades de EPA.</p>	

POST 4 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>4.- Estudiantes del Colegio Santa María de Las Condes fueron los protagonistas de la "primera Campaña de Alimentos Marinos para las Escuelas de Chile" organizado por Cuna Cultura con el apoyo de la @subpesca en el marco del programa #DelMarAMiMesa</p>	



POST 4 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>5.- ¡Las altas temperaturas llegaron para quedarse!</p> <p>Recuerda mantener pescados y mariscos refrigerados entre 0°C y 5°C.</p> <p>#DeIMarAMiMesa @subpesca @fundacionchile</p>	

e. Grilla 5 enero 2019

POST 1 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>¿De vacaciones por las costas chilenas? Te invitamos a comer saludable y aprovechar las bondades de nuestro mar con esta exquisita preparación: Salchicha de pescado.</p> <p>#DeIMarAMiMesa @subpesca @fundacionchile</p> <p>Link: https://bit.ly/2QHrjh8</p>	



POST 2 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>Del Mar a Mi Mesa tiene un gran desafío: sofisticar y diversificar la oferta de productos del mar. ¿Cómo lo hacemos? Mejorando el acceso a productos, innovando en preparaciones, mejorando la eficiencia y promoviendo el emprendimiento. #DelMarAMiMesa @subpesca @fundacionchile</p>	

POST 3 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>¿Sabías que? Se estima que para el año 2050 la población mundial alcance los 9.700 millones de habitantes (ONU), lo que conllevará a una creciente demanda de alimentos. ¡Aprovechemos nuestra riqueza marina como fuente de nutrición! #DelMarAMiMesa @subpesca @fundacionchile</p>	



POST 4 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>¿Pensando en cocinar un rico pescado o marisco? Recuerda lavarte bien las manos y manipular los alimentos de forma adecuada para evitar la contaminación cruzada. #DelMarAMiMesa @subpesca @fundacionchile</p>	

f. Grilla 6 febrero 2019

TEXTO	GRÁFICA
<p>¿Cómo saber si un pescado está fresco? Sigue estos consejos. #DelMarAMiMesa @subpesca @fundacionchile</p>	<p>Carrusel de fotos: 1.- pescado fresco 2.- pescado no fresco</p> 



POST 2 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>¿Sabías que? Un 46% de los chilenos consume pescados una vez a la semana, siendo mayor en el caso de las mujeres (Chile 3D, GfK Adimark). ¡Por un Chile más sano! #DelMarAMiMesa @subpesca @fundacionchile</p>	

POST 3 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>Conoce como los pescadores artesanales del sindicato de proveedores marítimos de Quillaípe están innovando en la producción de conservas de sardina austral. https://bit.ly/2Hh75Lx #DelMarAMiMesa @subpesca @fundacionchile</p>	



POST 4 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>Inicia marzo con una inyección de energía preparando esta deliciosa ensalada de lapas con algas. ¡La puedes acompañar como quieras! #DelMarAMiMesa @subpesca @fundacionchile</p> <p>Link: https://gallery.mailchimp.com/1adbdd02c3fc90ed9393d726d/files/09acd14c-07a9-4a09-98ef-ee429b0a4958/lapas.pdf</p>	

g. Grilla 7 marzo 2019

POST 1 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>¿Qué son y cuál es la importancia para Chile de sus recursos bentónicos (loco, lapa, erizo, choritos, etc.)? Te invitamos a ver el siguiente video: https://vimeo.com/105873636 #DelMarAMiMesa @subpesca @fundacionchile</p>	



POST 2 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>¿Sabías que? El consumo de productos del mar es clave para disminuir las probabilidades de contraer enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT) como la vejez prematura, alzheimer y parkinson. #DelMarAMiMesa @subpesca @fundacionchile</p>	

POST 3 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>From Arica Seafoods es una empresa nacional que está innovando en la producción de conservas de anchoa y pulpa elaboradas de manera minuciosa, delicada y artesanal por un grupo de mujeres. Conoce más aquí: https://bit.ly/2GQ3weC #DelMarAMiMesa @subpesca @fundacionchile</p>	



POST 4 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>¡Cocinemos en familia y de manera saludable! Te invitamos a preparar y disfrutar de unas ricas empanadas de cochayuyo con queso de cabra. #DelMarAMiMesa @subpesca @fundacionchile</p> <p>https://gallery.mailchimp.com/1adbdd02c3fc90ed9393d728d/files/af68ee8b-78db-45d3-ba04-8b2b2d85867c/recetas_dmamm_1.pdf</p>	

h. Grilla 8 abril 2019

TEXTO	GRÁFICA
<p>¿Cómo saber si un pescado está fresco? Sigue estos consejos. #DelMarAMiMesa @subpesca @fundacionchile</p>	<p>Carrusel de fotos: 1.- pescado fresco 2.- pescado no fresco</p> 



POST 2 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>¿Sabías que? Un 46% de los chilenos consume pescados una vez a la semana, siendo mayor en el caso de las mujeres (Chile 3D, GfK Adimark). ¡Por un Chile más sano! #DelMarAMiMesa @subpesca @fundacionchile</p>	

POST 3 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>Conoce como los pescadores artesanales del sindicato de proveedores marítimos de Quillaípe están innovando en la producción de conservas de sardina austral. https://bit.ly/2Hh75Lx #DelMarAMiMesa @subpesca @fundacionchile</p>	



POST 4 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>Inicia marzo con una inyección de energía preparando esta deliciosa ensalada de lapas con algas. ¡La puedes acompañar como quieras! #DelMarAMiMesa @subpesca @fundacionchile</p> <p>Link: https://gallery.mailchimp.com/1adbdd02c3fc90ed9393d726d/files/09acd14c-07a9-4a09-98ef-ee429b0a4958/lapas.pdf</p>	

i. Grilla 9 mayo 2019

POST 1 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>Llevar las algas del mar a la mesa es la apuesta de MUNANI, emprendimiento chileno que desde 2014 se dedica a la producción de snacks saludables en base a este rico alimento marino. Conoce más aquí: https://bit.ly/2J0bLpd #DelMaraMiMesa @subpesca @fundacionchile</p>	



POST 2 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>¿Sabías que? Corea del Sur lidera el ranking de los países con las mayores tasas de elaboración de alimentos en base a productos del mar. Actualmente cuenta con 355 patentes, seguido por China (264) y Rusia (117). #DelMarAMiMesa @subpesca @fundacionchile</p>	

POST 3 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>Celebremos el mes del mar cocinando esta rica merluza con tomillo. Link: https://bit.ly/2Y3U0su #DelMarAMiMesa @subpesca @fundacionchile</p>	

POST 4 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>Agregar valor y apostar por la diversificación productiva es uno de los ejes del programa Del Mar a Mi Mesa. Conoce cómo los pescadores de Caleta San Pedro se han convertido en un ejemplo para el sector artesanal a través de la innovación. Link: https://bit.ly/2Vdbbe1 #DelMarAMiMesa @subpesca @fundacionchile</p>	



j. Grilla 10 junio 2019

POST 1 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>La campaña de alimentos marinos para las escuelas de Chile llegó a Osorno. Entérate más de su lanzamiento aquí: https://bit.ly/2EKhKuC @subpesca @fundacionchile</p>	

POST 2 FACEBOOK:

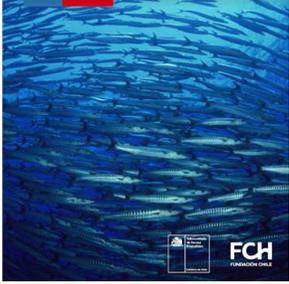
TEXTO	GRÁFICA
<p>¿Sabías que? El establecimiento de buenas prácticas pesqueras potencian el desarrollo de una pesca más sostenible en el tiempo. Te invitamos a seguir los siguientes consejos. @subpesca @fundacionchile</p>	

POST 3 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>¿Quiéres darle un toque más gourmet a tus preparaciones en base a productos del mar? Parte con esta simple preparación de sardinas en tomate al vino y albahaca. Link: https://bit.ly/2QG69I7 @subpesca @fundacionchile</p>	



POST 4 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos es uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS) establecidos en la Agenda 2030 de la ONU. Conoce aquí cuáles son sus metas. Link: https://bit.ly/2GYz1SX @subpesca @fundacionchile</p>	

k. Grilla 11 julio 2019

POST 1 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>A nivel regional son varias las iniciativas que buscan incentivar el consumo de pescados y mariscos en la población. En Perú esto se ha estado llevando a cabo a través del Programa Nacional "A Comer Pescado" del Ministerio de la Producción. Conoce aquí más sobre su alcance. https://bit.ly/1ERPvs9 @subpesca @fundacionchile</p>	

POST 2 FACEBOOK:

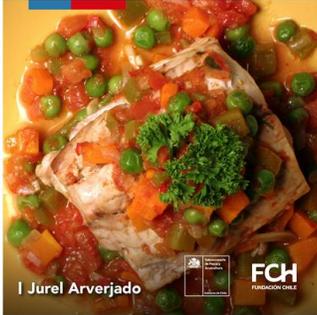
TEXTO	GRÁFICA
<p>¿Sabías que? El establecimiento de buenas prácticas pesqueras potencian el desarrollo de una pesca más sostenible en el tiempo. Te invitamos a seguir los siguientes consejos. @subpesca @fundacionchile</p>	



Informe Final

“Avance en la implementación de hoja de ruta contenida en el plan estratégico del Programa del Mar a Mi Mesa, para el aumento del consumo interno de productos pesqueros”

POST 3 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>En días tan fríos no hay como un rico jurel arvejado. ¿Te animas a prepararlo? Te compartimos la receta. Link: https://bit.ly/2xzcgFj @subpesca @fundacionchile</p>	

POST 4 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>Conoce cómo dos emprendedoras de la región del Maule buscan incentivar el consumo de cochayuyo a nivel nacional a través de una exquisita hamburguesa que además mezcla legumbres y vegetales. Link: https://bit.ly/2L9ARTv @subpesca @fundacionchile</p>	

I. Grilla 12 agosto 2019

POST 1 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>Future of Fish es una organización internacional que trabaja con los pescadores y los actores de la industria pesquera para construir una cadena de suministro rentable que ofrezca pescado de manera confiable, rastreable y legalmente capturado. ¿Cómo lo hacen? Entérate más aquí: https://bit.ly/2KhbjSS @subpesca @fundacionchile</p>	



Informe Final

“Avance en la implementación de hoja de ruta contenida en el plan estratégico del Programa del Mar a Mi Mesa, para el aumento del consumo interno de productos pesqueros”

POST 2 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>Entre el 8 y el 31 de julio más de 40 pescadores artesanales del sur del país participaron de diversas capacitaciones en torno a modelos de negocios en el marco del Programa para el aumento del consumo de productos del mar en Chile. Agradecemos a todos su compromiso. @subpesca @fundacionchile</p>	

POST 3 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>Dale energía a tu fin de semana cocinando unas ricas almejas rellenas ¿Cómo? Es muy fácil. Sigue las siguientes instrucciones. Link: https://bit.ly/2YMrU9a @subpesca @fundacionchile</p>	

POST 4 FACEBOOK:

TEXTO	GRÁFICA
<p>Con un claro llamado a agregar más valor y apostar por la diversificación productiva, la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura (Subpesca) con el apoyo de Fundación Chile, desarrollaron el seminario anual del Programa para el Aumento del Consumo de Productos del Mar en Chile. Revisa la nota aquí: Link: https://bit.ly/2YQDRXz @subpesca @fundacionchile</p>	



Informe Final

“Avance en la implementación de hoja de ruta contenida en el plan estratégico del Programa del Mar a Mi Mesa, para el aumento del consumo interno de productos pesqueros”

Se adjunta:

- Anexo 66. Grilla septiembre 2018 RRSS DMAMM
- Anexo 67. Grilla octubre 2018 RRSS DMAMM
- Anexo 68. Grilla noviembre de 2018 RRSS DMAMM
- Anexo 69. Grilla diciembre de 2018 RRSS DMAMM
- Anexo 70. Grilla enero 2019 RRSS DMAMM
- Anexo 71. Grilla febrero 2019 RRSS DMAMM
- Anexo 72. Grilla marzo 2019 RRSS DMAMM
- Anexo 73. Grilla abril 2019 RRSS DMAMM
- Anexo 74. Grilla mayo 2019 RRSS DMAMM
- Anexo 75. Grilla junio 2019 RRSS DMAMM
- Anexo 76. Grilla julio 2019 RRSS DMAMM
- Anexo 77. Grilla agosto 2019 RRSS DMAMM

iv. Newsletter

1. Newsletter N°1 Del Mar a Mi Mesa - Noviembre 2018

Link:

- i. <https://fch.cl/de-13-a-20-kilos-de-pescado-por-persona-el-gran-desafio-del-programa-del-mar-a-mi-mesa/>
- ii. <https://fch.cl/llaman-al-sector-alimentario-a-entregar-mayor-valor-agregado-a-los-productos-del-mar/>
- iii. <https://fch.cl/padres-y-apoderados-de-colegios-de-la-comuna-de-lo-prado-aprenden-a-cocinar-productos-del-mar/>



PROGRAMA DEL MAR A MI MESA INICIA ETAPA DE IMPLEMENTACIÓN



2. Newsletter N°2 Del Mar a Mi Mesa – Febrero 2019

Link Noticias:

- i. <https://fch.cl/vecinos-de-maipu-aprenden-sobre-las-bondades-de-los-productos-del-mar/>
- ii. <http://www.subpesca.cl/portal/617/w3-article-103139.html>
- iii. <http://www.subpesca.cl/portal/617/w3-article-102582.html>
- iv. <https://fch.cl/que-preferir-a-la-hora-de-consumir-productos-del-mar/>



VECINOS DE MAIPÚ APRENDEN SOBRE LAS BONDADES DE LOS PRODUCTOS DEL MAR



ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS SE UNEN PARA COORDINAR ESFUERZOS

3. Newsletter N°3 Del Mar a Mi Mesa – Abril 2019

Link video: <https://www.youtube.com/watch?v=t-AVa5lvR6A&feature=youtu.be>



4. Newsletter N°4 Del Mar a Mi Mesa - 2019- 24 junio 2019

Link Noticias:

- i. <https://fch.cl/hamburguesas-de-cochayuyo-la-apuesta-de-dos-emprendedoras-de-la-region-del-maule/>
- ii. <http://www.australosorno.cl/impres/a/2019/05/18/full/cuerpo-principal/24/>
- iii. <http://www.noticias.ucn.cl/destacado/corfo-y-ucn-daran-valor-agregado-a-macroalgas-chilenas-de-exportacion/>



Hamburguesas de cochayuyo: la apuesta de dos emprendedoras de la Región del Maule

5. Newsletter N°5 Del Mar a Mi Mesa – 23 Julio 2019

Link Noticias:

- i. <https://fch.cl/representantes-del-mundo-publico-y-privado-analizaran-los-desafios-para-aumentar-el-consumo-de-productos-del-mar-en-chile/>
- ii. <https://fch.cl/mas-de-25-pescadores-de-la-region-de-los-lagos-se-capacitaron-en-modelos-de-negocios/>
- iii. <https://fch.cl/subpesca-participa-de-ferias-de-promocion-de-la-actividad-fisica-del-mindep/>



Representantes del mundo público y privado analizarán los desafíos para aumentar el consumo de productos del mar en Chile



Se adjunta:

Anexo 78. Newsletter N°1 Del Mar a Mi Mesa – 7 Diciembre 2018

Anexo 79. Newsletter N°2 Del Mar a Mi Mesa – 14 Febrero 2019

Anexo 80. Newsletter N°3 Del Mar a Mi Mesa – 18 Abril 2019

Anexo 81. Newsletter N°4 Del Mar a Mi Mesa – 24 Junio 019

Anexo 82. Newsletter N°5 Del Mar a Mi Mesa - 23 Julio 2019

Anexo 83. Newsletter N°6 Del Mar a Mi Mesa - 2019

v. Gestión de Prensa

De forma adicional, Fundación Chile realiza la gestión de prensa correspondiente y mantiene un control de las apariciones de la iniciativa, registrando durante el 2018 un total de 48 apariciones en prensa, con un valor publicitario de \$76.017.820. La estrategia estuvo enfocada en visibilizar los avances de la segunda etapa del programa (implementación) que consideró una serie de actividades: lanzamiento, participación en feria Food & Service, campaña de Alimentos Marinos para las Escuelas de Chile, entre otros. Todo esto enmarcado en los 4 ejes del programa: en 4 ejes de trabajo: Educación Nutricional y Gastronómica; Sustentabilidad; Difusión y Comunicación Masiva; e Innovación en productos, procesos, canales de comercialización y emprendimiento.

A continuación se detalla las apariciones en prensa que ha tenido el programa.

Informe Final

“Avance en la implementación de hoja de ruta contenida en el plan estratégico del Programa del Mar a Mi Mesa, para el aumento del consumo interno de productos pesqueros”

Medio	Fecha de noticia	Título	Tipo	Valor(CLP)	URL
Aqua.cl	13-09-2018	Programa “Del Mar A Mi Mesa”: Llama a aumentar el consumo de pescados y mariscos	Electrónico	750.000	http://www.aqua.cl/2018/09/13/231526/#
El América	13-09-2018	PROGRAMA DEL MAR A MI MESA INICIA ETAPA DE IMPLEMENTACIÓN CON LLAMADO A AUMENTAR EL CONSUMO DE PESCADOS Y MARISCOS EN FIESTAS PATRIAS	Electrónico	510.000	http://elamerica.cl/2018/09/13/programa-del-mar-a-mi-mesa-inicia-etapa-de-implementacion-con-llamado-a-aumentar-el-consumo-de-pescados-y-mariscos-en-fiestas-patrias/
Junaeb.cl	14-09-2018	Junaeb y “Del mar a mi mesa” invitan a aumentar el consumo de pescados y mariscos estas fiestas patrias	Electrónico	510.000	https://www.junaeb.cl/archivos/36332
Revistanuestromar.cl	14-09-2018	Llaman a consumir pescados en Fiestas Patrias	Electrónico	750.000	http://www.revistanuestromar.cl/pesca/llaman-a-consumir-pescados-en-fiestas-patrias/
Temucotelevision.cl	14-09-2018	Programa de Subpesca hizo llamado a aumentar consumo de pescado en Fiestas Patrias	Electrónico	510.000	http://temucotelevision.cl/web/?p=30451
Subpesca.cl	14-09-2018	Programa Del Mar a Mi Mesa inicia etapa de implementación con llamado a aumentar el consumo de productos del mar en Fiestas Patrias	Electrónico	510.000	http://www.subpesca.cl/portal/617/w3-article-101729.html
Amichile.com	14-09-2018	Programa del mar a mi mesa llama a aumentar consumo de pescado y mariscos en fiestas patrias	Electrónico	510.000	https://www.amichile.com/blog/programa-del-mar-a-mi-mesa-llama-a-aumentar-consumo-de-pescado-y-mariscos-en-fiestas-patrias?cat=1
Mundoacuicola.cl	14-09-2018	Programa del mar a mi mesa llama a aumentar consumo de pescado y mariscos en fiestas patrias	Electrónico	510.000	http://www.mundoacuicola.cl/new/2018/09/14/programa-del-mar-a-mi-mesa-llama-a-aumentar-consumo-de-pescado-y-mariscos-en-fiestas-patrias/

Medio	Fecha de noticia	Título	Tipo	Valor(CLP)	URL
Entramar.cl	17-09-2018	Invitan a comer pescados, mariscos y algas del mar en estas Fiestas Patrias	Electrónico	510.000	http://entramar.cl/2018/09/17/invitan-a-comer-pescados-mariscos-y-algas-del-mar-en-estas-fiestas-patrias/
El Diario Austral de la Araucanía _Temuco	20-09-2018	Buscan aumentar demanda de pescados y mariscos al año 2027	Regional	494.582	http://portal.nexnews.cl/showN?valor=Mjk2NzFLOTBIMTYxMzgzNjc2NDE2NTQ2MTY5MzA5MDk4MTEzMTAxMTMwNjExNTAwOTg5MDEzOTY0MTYwOTAxMDMwODExNDk4MTEwMDIxMDg5Nlg0NTU1NTQ1NTU0NTU1NTU1
La Tercera	23-09-2018	Las tendencias que destacan en esta nueva versión	Metropolitana	11.138.400	http://portal.nexnews.cl/showN?valor=MzE0NThYMjM1QTl0MjA3MjUxMDEyNDgxOTI1Mzk1MTM2NDcxNjk2ODE0NTQ0MTUxNjgxNDUxNTIwOTQ2MjQxMzUxNTQ2MjE3MjY1MTQ1NTAxNDU1MEM1NTU1NTU1NTU1NTU1
Revistaemprende .cl	28-09-2018	DE 13 A 20 KILOS DE PESCADO POR PERSONA: EL GRAN DESAFÍO DEL PROGRAMA DEL MAR A MI MESA	Electrónico	750.000	https://revistaemprende.cl/de-13-a-20-kilos-de-pescado-por-persona-el-gran-desafio-del-programa-del-mar-a-mi-mesa/
Subpesca.cl	28-09-2018	Programa Del Mar a Mi Mesa insta al sector alimentario a entregar mayor valor agregado a los productos del mar	Electrónico	510.000	http://www.subpesca.cl/portal/617/w3-article-101826.html
Radio Agricultura	29-09-2018	Entrevista Olaya Cambiaso, Del Mar a Mi Mesa	Radio	3.995.075	http://portal.nexnews.cl/showN?valor=Mjk2STY2O TBaMTMxNzAxMzc0NjE1ODkwOTkxMjExMzAyMTA5MTIxMTMxMDkxMzgzNjU2MDkxMDIxMTA5OD EwNjk2MTAxMDgxMDRwNDU1NTQ1NTU0NTQ1N TUz
Mundoacuicola.cl	01-10-2018	Exitosa participación del Mejillón de Chile en Food & Service	Electrónico	510.000	http://www.mundoacuicola.cl/new/2018/10/01/exitosa-participacion-del-mejillon-de-chile-en-food-service/
Aqua.cl	01-10-2018	Exitosa participación del Mejillón de Chile en Food & Service	Electrónico	750.000	http://www.aqua.cl/2018/10/01/exitosa-participacion-del-mejillon-chile-food-service/#

Medio	Fecha de noticia	Título	Tipo	Valor(CLP)	URL
Aqua.cl	01-10-2018	Instan al sector alimentario a entregar mayor valor agregado a los productos del mar	Electrónico	750.000	http://portal.nexnews.cl/showN?valor=NDE5UzM4NjgwSDMyMjkyMzE1MzYyNzkyODMxNDc2MzZM3ODAxOTgyNDIyNjA4MjA5OTYyMjYwNDE4Mjc2MzZMxMjAxODIwNDIyMTk2MjE0MDgyMTAyODIxNkE1NTU1NTU1NTU1NTU1NTU1Mw==
Temucotelevision.cl	01-10-2018	Programa “Del mar a mi mesa” insta al sector alimentario a entregar mayor valor agregado productos del mar	Electrónico	510.000	https://temucotelevision.cl/web/?p=30720#more-30720
El Llanquihue_Puerto Montt	02-10-2018	Exitosa participación del Mejillón de Chile en Food & Service	Regional	553.350	http://portal.nexnews.cl/showN?valor=NDE5Mzg3QzhJMDMyMjc2MzMONjgzMzA5MjMzODYwMTgxOTYyMjYyNDIxMDIwMjIxOTYyMDU4MDI3OTI4MzIxODAyMDYyMDE5ODE2MjI1OTYxOTgxNlc1NTU1NTU1NTU1NTU1NTU1NTU1
La Estrella de Chiloé	02-10-2018	Exitosa participación tuvo el PER Mejillón de Chile en Food & Service	Regional	203.222	http://portal.nexnews.cl/showN?valor=UDQxOTM4NzZMwSDMyMjc2MzMONjgzMzA5MjMzODYwMTgxOTYyMjYyNDIxMDIwMjIxOTYyMDE4MDI3OTI4MzIxODAyMDYyMDE5ODE2MjI1OTIyMTM5NkY1NTU1NTU1NTU1NTU1NTU1
Diariopuertovaras.cl	02-10-2018	Programa Del Mar a Mi Mesa	Electrónico	510.000	http://diariopuertovaras.cl/programa-del-mar-mesa/
Elmostrador.cl	02-10-2018	Programa insta al sector alimentario a valorar los productos del mar	Electrónico	790.000	http://portal.nexnews.cl/showN?valor=Mjk2ODFYOTAxRjYxNDYxNTc2ODEzOTY0MTU3MzgzNjg5MDk5MTIxMTMwNjEwMTA2MTA1MDg5MTM4MTY1NjA5MTAyMTEwOTgxMTMwMjEwNTAyMTEySjQ1NTU1NTQ1NTU0NTQ1NTUz
ElEmpresario.cl	03-10-2018	Programa del Mar a su mesa de Fundación Chile inicia el período de implementación	Electrónico	750.000	https://issuu.com/elempresariochile/docs/edici_n_septiembre_2018_revista_el_/26

Medio	Fecha de noticia	Título	Tipo	Valor(CLP)	URL
Innovacionchilena.cl	10-10-2018	PROGRAMA DEL MAR A MI MESA INSTA AL SECTOR ALIMENTARIO A ENTREGAR MAYOR VALOR AGREGADO A LOS PRODUCTOS DEL MAR	Electrónico	750.000	https://innovacionchilena.cl/mar-mesa/
Aqua.cl	22-10-2018	Suscriben acuerdo para promover el consumo de sardina en dieta escolar	Electrónico	750.000	http://portal.nexnews.cl/showN?valor=MzFSNDU4NzM1TTI0MjE5MjM2NTIyMDk0NjIzNjA3MjUzMzUxNDg2ODE3MjU5MTYzNTYxNjk0NDEzNzA3MjQ4NDUxMzY1MzE2NjYyMTQ1NDcxNjY0NDE2NUI1NTU1NTU1NTU1NTU1Mw==
La Estrella de Chiloé	26-10-2018	Promoverán consumo de sardina austral en escolares de la región	Regional	96.784	http://portal.nexnews.cl/showN?valor=Mjk2NzZVOTAxWjYxMzgzNjczNDE2NTQ2MjY5MzA5MDk4MTEzMTQxMTEENDExMTAyMTA2OTAxMzI2NDE2MDkwMTAzMTAxMTA5Njk5MDg5ODk2VTQ1NTU1NDU1NTU1NTU1NDQ=
La Tercera	28-10-2018	Productos del mar: fomento para alimentos del alto valor nutritivo	Metropolitano	8.288.280	http://portal.nexnews.cl/showN?valor=MTQ3NTg0NThZMEo2OTgzNjczNDQ2NTQ1NDk1NjU3NTY1NTU3NDk0OTQ1Njk4MjgwNDU1MTU1NTU1MTUwNTM1MjUwWjQ0NDQ0NDQ0NDQ0NDQ0NDQ0NDQ=
Pressreader.com	28-10-2018	Productos del mar: fomento para alimentos del alto valor nutritivo	Electrónico	510.000	https://www.pressreader.com/chile/la-tercera-especiales2/20181028/281496457277718
Aqua.cl	20-11-2018	Alimento funcional: Junaeb comienza a preparar minutas con sardina	Electrónico	750.000	http://portal.nexnews.cl/showN?valor=MzE0NTdLNzNaNTI0MjE5MjM2NTIyMDk0NjIzNjA3MjUzMzUxNDg3MTE0ODQ0MTYzNjgxNzI2ODEzNzA3MjQ4NDUxMzY1MzE2OTUwMTQ4NTAxNjM1MDE3MjV1NTU1NTU1NTU1NTU1Mw==
Asof.cl	11-12-2018	Con degustaciones, títeres, pinturas y murales buscan fomentar el consumo de productos del mar en niños	Electrónico	750.000	http://asof.cl/con-degustaciones-titeres-pinturas-y-murales-buscan-fomentar-el-consumo-de-productos-del-mar-en-ninos/

Medio	Fecha de noticia	Título	Tipo	Valor(CLP)	URL
Diariosustentable.com	12-12-2018	CON DEGUSTACIONES, TÍTERES, PINTURAS Y MURALES BUSCAN FOMENTAR EL CONSUMO DE PRODUCTOS DEL MAR EN NIÑOS	Electrónico	510.000	http://www.diariosustentable.com/actualidad-sustentable/con-degustaciones-titeres-pinturas-y-murales-buscan-fomentar-el-consumo-de-productos-del-mar-en-ninos/
Portalmedios.cl	12-12-2018	Con degustaciones, títeres, pinturas y murales buscan fomentar el consumo de productos del mar en niños	Electrónico	510.000	http://www.portalmedios.cl/2018/12/con-degustaciones-titeres-pinturas-y-murales-buscan-fomentar-el-consumo-de-productos-del-mar-en-ninos/
Temucotelevision.cl	12-12-2018	Con degustaciones, títeres, pinturas y murales buscan fomentar el consumo de productos del mar en niños	Electrónico	510.000	https://temucotelevision.cl/web/?p=32707
Radiobohemia.cl	12-12-2018	Con degustaciones, títeres, pinturas y murales buscan fomentar el consumo de productos del mar en niños	Electrónico	510.000	http://www.radiobohemia.cl/2018/12/12/con-degustaciones-titeres-pinturas-y-murales-buscan-fomentar-el-consumo-de-productos-del-mar-en-ninos/
Adprensa.cl	13-12-2018	Con degustaciones, títeres, pinturas y murales buscan fomentar el consumo de productos del mar en niños	Electrónico	510.000	https://www.adprensa.cl/cronica/con-degustaciones-titeres-pinturas-y-murales-buscan-fomentar-el-consumo-de-productos-del-mar-en-ninos/
Chile.corresponsables.com	17-12-2018	Con degustaciones, títeres, pinturas y murales buscan fomentar el consumo de productos del mar en niños	Electrónico	\$510.000	https://chile.corresponsables.com/actualidad/fomento-consumo-productos-mar-chile

Medio	Fecha de noticia	Título	Tipo	VP	URL
Aqua.cl	07.2.2019	Del Mar a Mi Mesa: Entidades públicas y privadas se unen para coordinar esfuerzos	Digital	\$750.000	http://portal.nexnews.cl/showN?valor=RTMnNjA4N0o1MDEzNzQwMjMzQyNTQwNzI0ODMOMjA5NTIxMzY0NzE3MjU5MTQ4NTkxNjA2MjE0NTM1MTk3MDQyNDZlNTE0NE41NTU1NTU1NTU1NTU1Mw==
El Divisadero	20.2.2019	Oficial de la FAO: "Debe crearse un mercado interno real para el salmón chileno"	Digital	\$498.400	http://portal.nexnews.cl/showN?valor=NTI3NzhYMDY5Qil0Mii1NDAzNDU0MTgzNTQxMzY1NDIzMiUvMic0NTI4NzY1Mjc3NzUyNTI1NTI4NzI1NDI0MTA2NDQwMEE1NTU1NTU1NTU1NTU1
Salmón Expert	22.2.2019	El "win-win" del consumo de productos del mar	Digital	\$510.000	https://www.salmonexpert.cl/article/el-win-win-del-consumo-de-productos-del-mar-1/
El Divisadero	27.2.2019	Experto destaca la necesidad de aumentar fuertemente el consumo de productos del mar	Impreso	\$1.229.108	http://portal.nexnews.cl/showN?valor=WTixMDY2NzAwTTkxNjA2MzQ2NjEzNTY0MTQ3Njg3MzA5MDk5MTQxMDg5ODk5MDYxMDExMjYxMzY1MzEzNzA3MjQ4NDQwMzY1NjE0ODU2NTU1NDU0NTQ1NA==
El Ciudadano	17.4.2019	El duro Vía Crucis salmonero: Greenpeace desnuda la cruda realidad del quinto pez preferido de los chilenos	Digital	\$510.000	http://portal.nexnews.cl/showN?valor=MzE0NUo4MjNpNTI0MjE5MjM2NTIvMDk0NjIzNjA3MjUzMDUxNDg3MTE2OTYyMTU3NzE3NjY1MzEzNzA3MjQ4NDQwMzY1NjE0ODU2MTU3Njg3NjE2NjU1NTU1NTU1NTU1NTU1Mw==
El Mostrador	17.4.2019	Greenpeace advierte del duro "vía crucis" salmonero	Digital	\$790.000	http://portal.nexnews.cl/showN?valor=MzE0UzU2NzM1VzI0MjE5MjM2NTIvMDk0NjIzNjA3MjUzMDUxNDg3MTE2OTYyMTYwNDcxNzI0NzEzNzA3MjQ4NDQwMzY1NjE0ODU2MTYwNDQxNDg1MDE0NEk1NTU1NTU1NTU1NTU1NTU1Mw==
Qué Pasa	18.4.2019	El duro "Vía Crucis" salmonero	Digital	\$1.200.000	http://portal.nexnews.cl/showN?valor=MzE0NTU1NTU1NTU1NTU1NTU1NTU1NTU1NTU1NTU1Mw==
El Austral de Osorno	18.5.2019	Colorido mural refuerza el consumo de alimentos del mar en las escuelas	Impreso	\$508.994	http://portal.nexnews.cl/showN?valor=MjE0NzUyNTU1NTU1NTU1NTU1NTU1NTU1NTU1NTU1NTU1Mw==
Aqua.cl	12.7.2019	Subpesca y Fundación Chile capacitaron a artesanales	Digital	\$750.000	http://www.aqua.cl/2019/07/12/subpesca-y-fundacion-chile-capacitaron-a-artesanales/#
El Día	28.7.2019	Agregación de valor y diversificación productiva son claves para aumentar el consumo de productos del mar	Impreso		http://portal.nexnews.cl/showN?valor=MzE2NjIzNjE3NjY1MzEzNzA3MjQ4NDQwMzY1NjE0ODU2MTYwNDQxNDg1MDE0NEk1NTU1NTU1NTU1NTU1

6.3.3. RESULTADO G: La presencia en medios de radio difusión, como mínimo de alcance local, en al menos 1 mes durante el período de ejecución del proyecto
Actividades de difusión – materiales

Status: Reemplazado

En base a las necesidades de difusión detectadas durante la ejecución del proyecto, se realizó un cambio en las actividades, destinando el presupuesto inicial para la difusión en medios pagados, radioemisoras y la elaboración de un jingle, por la difusión masiva en terreno. Autorizado por la contraparte técnica de la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura con fecha 27 de febrero 2019 (Anexo 50).

6.3.4. RESULTADO H: Participación en 6 actividades de difusión

Status: Finalizado

Tabla 17. Resumen participación actividades de difusión

ACTIVIDAD	COMPROMETIDO	REALIZADO	DESCRIPCIÓN
Actividades de difusión	2 Santiago	6	Santiago -Presencia Food&Service Intervención Feria Libre Maipú Feria del Deporte – Conchalí Feria del Deporte – Independencia
	4 Regiones	4	Feria del Deporte- Santiago Feria del Deporte – Quilicura Regional -Presencia Food&Service Regional- Taller Merluza común Feria del Deporte – Pedro Aguirre Cerda Feria del Deporte- Macul



i. Feria Food& Service

Actividad realizada entre el 26 a l 28 de septiembre 2018 en Espacio Riesco- Santiago. El programa participó a través de un stand y con un bloque de cocina en vivo en el que participaron difentes instuciones públicas, emprendedores, universidades, entre otros. Este año la feria contó con 850 stands, los que fueron visitados por más de 28.000 asistentes (estudiantes, visitantes generales, HORECA, prensa).

Como respaldo se adjunta

Anexo 84. Informe Asistencia Espacio Food & Service 2018

Anexo 85. Registro Fotográfico Espacio Food & Service 2018

Anexo 86. Lista de contactos Espacio Food & Service 2018

ii. Taller merluza común

Actividad desarrollada el jueves 18 en el Sindicato de Jaiberos de San Antonio, ubicado en la ciudad homónima que se enfoca en extracción de Jaiba y Merluza común. Participaron en la instancia 25 personas; representantes de Asof, pescadores artesanales e instituciones públicas.

Como respaldo se adjunta:

Anexo 87. Registro Fotográfico Taller Merluza Común

Anexo 88. Lista de Asistencia Taller Merluza Común

iii. Feria Libre Padre Hurtado Maipú

Intervención realizada el viernes 1 de febrero 2019, en la feria libre de Padre Hurtado en la comuna de Maipú, con el objetivo de incentivar el consumo de productos del mar. La actividad fue organizada por la Fundación Ruta Saludable, iniciativa de la Confederación Nacional de Ferias Libres (ASOF) en conjunto con Del Mar a mi Mesa. En la ocasión los vecinos de la comuna pudieron degustar preparaciones del chef Juan Carlos Hernández, tales como pastelera de merluza austral, ceviche de chorito y albóndiga de jurel con tomate, además de aprender sobre qué tener en cuenta a la hora de comprar pescados y mariscos en locales autorizados.

Como respaldo se adjunta:

Anexo 89. Registro Fotográfico Feria Libre Padre Hurtado Maipú



iv. Feria de Promoción de la Actividad Física y el Deporte

La participación del programa dio cobertura a más de 800 niños en edad escolar, de los siguientes establecimientos y/o comunas:

- i. 31-05-2019 - Liceo Presidente José Manuel Balmaceda, Independencia
- ii. 18-06-2019 - Escuela Atenea, Conchalí
- iii. 20-06-2019 - Liceo Isaura Dinator de Guzman, Santiago
- iv. 29-07-2019 - Liceo Alcalde Jorge Indo, Quilicura
- v. 30-07-2019 - Estadio Dávila, Pedro Aguirre Cerda
- vi. 31-07-2019 - Centro educacional Millantu, Macul

Como respaldo se adjunta:

Anexo 90. Registro Fotográfico Feria de Promoción de la Actividad Física y el Deporte-Independencia

Anexo 91. Registro Fotográfico Feria de Promoción de la Actividad Física y el Deporte-Conchalí

Anexo 92. Registro Fotográfico Feria de Promoción de la Actividad Física y el Deporte-Santiago

Anexo 93. Registro Fotográfico Feria de Promoción de la Actividad Física y el Deporte-Quilicura

Anexo 94. Registro Fotográfico Feria de Promoción de la Actividad Física y el Deporte-Pedro Aguirre Cerda

Anexo 95. Registro Fotográfico Feria de Promoción de la Actividad Física y el Deporte-Macul

De manera adicional, el programa estuvo presente en 2 actividades de la Ruta de las Caletas, a través del personal de la Dirección Zonal de la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura en la región de Biobío y los Ríos.



Informe Final

“Avance en la implementación de hoja de ruta contenida en el plan estratégico del Programa del Mar a Mi Mesa, para el aumento del consumo interno de productos pesqueros”



RUTA DE LAS CALETAS BIOBÍO	
<p>Coronel Jueves 13 de diciembre 12:00 a 16:00 hrs. Plaza de Armas de Coronel</p>	<p>Arauco Sábado 15 de diciembre 12:00 a 16:00 hrs. Avenida Prat, sector playa.</p>

RUTA DE LAS CALETAS LOS RÍOS	
<p>Valdivia Sábado 12 de Enero de 2019 12:00 a 16:00 hrs. Costanera de la Ciencia, Valdivia</p>	

6.3.5. RESULTADO I: Seminario

Status: finalizado

El seminario fue realizado el miércoles 24 de julio en el auditorio de Fundación Chile. A la actividad asistieron Autoridades de Elige Vivir Sano, Subsecretaría de Pesca y Acuicultura y Sernapesca, además de más de 40 representantes de diferentes instituciones público- privada, academia, asociaciones gremiales, entre otros.

Como respaldo se adjunta:

Anexo 96. Invitación a Seminario ¿Cómo innovar para que Chile aumente el consumo de productos del mar Al 2027?

Anexo 97. Credenciales ¿Cómo innovar para que Chile aumente el consumo de productos del mar Al 2027?

Anexo 98. Presentación ¿Cómo podemos proyectar acción e innovación a partir de la Hoja de Ruta de Productos del Mar 2027?

Anexo 99. Presentación ¿Cómo acortar los canales de comercialización entre la caleta y las ferias libres?

Anexo 100. Presentación El Modelo PNACP. Resultados, aciertos y perspectivas al 2019

Anexo 101. Presentación Cómo innovar para que Chile aumente el consumo de productos del mar.

Anexo 102. Video Programa Aumentos Consumo de Productos del Mar.

Anexo 103. Registro Fotográfico Seminario ¿Cómo innovar para que Chile aumente el consumo de productos del mar Al 2027?

6.3.6. RESULTADO J: Actividad de cierre

Status: finalizado

Actividad realizada el día 6 de julio de 2019, en la caleta de pescadores de Zapallar, en conjunto con la Fiesta de San Pedro, la cual contó con diferentes agrupaciones de bailarines, turistas, pescadores artesanales y autoridades de la zona.

Como respaldo se adjunta:

Anexo 104. Registro Fotográfico Evento de cierre- Zapallar

RESULTADO K: Material de capacitación validado

Status: finalizado

ACTIVIDAD	COMPROMETIDO	REALIZADO	DESCRIPCIÓN
Material de capacitación	1	1	Material de capacitación para jefas o jefes de hogar
	1	1	Material de capacitación para Pescadores Artesanales

Jefas o jefes de Familia	Piloto 1	Realizado
	Piloto 2	Realizado
Manipuladores	Piloto 1	Reemplazado
	Piloto 2	Reemplazado
Pescadores Artesanales	Piloto 1	Realizado
	Piloto 2	Realizado
	Piloto 3	Realizado

i. Validación Material de capacitación para jefas o jefes de hogar

El material de capacitación para jefas o jefes de hogar, fue validado en 2 oportunidades, aplicándose a más de 40 interesados, principalmente apoderados de colegios de la comuna de Lo Prado y de la Escuela Santa María de las Condes, el 7 de septiembre y el 12 de diciembre del 2018, respectivamente.

Como respaldo de la actividad se adjunta:

Anexo 105. Recetario Capacitación Padres y Apoderados

Anexo 106. Lista de Asistencia Capacitación Padres y Apoderados- Lo Prado

Anexo 107. Registro Fotográfico Capacitación Padres y Apoderados- Lo Prado

Anexo 108. Lista de Asistencia Capacitación Padres y Apoderados- Las Condes

Anexo 109. Registro fotográfico “Capacitación Padres y Apoderados- Las Condes”



ii. Validación Material de capacitación para Pescadores Artesanales

El material de capacitación desarrollado para pescadores artesanales fue desarrollado enfocándose en dos tópicos: Modelo de negocios y Sustentabilidad. Este fue validado en 3 oportunidades a diferentes grupos de dirigentes y/o pescadores artesanales, contando con la participación de más de 40 asistentes, en los diferentes talleres realizados en Chiloé el 8 de julio, Puerto Montt el 9 de Julio y Coliumo el 31 de julio.

Como respaldo de la actividad se adjunta:

- Anexo 110. Ficha Formato Canvas
- Anexo 111. Ficha Buenas prácticas – Sustentabilidad
- Anexo 112. Presentación Capacitación Pescadores Artesanales – Chiloé
- Anexo 112. Lista de Asistencia Capacitación Pescadores Artesanales – Chiloé
- Anexo 114. Registro fotográfico Capacitación Pescadores Artesanales – Chiloé
- Anexo 115. Presentación Capacitación Pescadores Artesanales – Puerto Montt
- Anexo 116. Lista de Asistencia Capacitación Pescadores Artesanales – Puerto Montt
- Anexo 117. Registro fotográfico Capacitación Pescadores Artesanales – Puerto Montt
- Anexo 118. Presentación Capacitación Pescadores Artesanales – Coliumo
- Anexo 119. Lista de Asistencia Capacitación Pescadores Artesanales – Coliumo
- Anexo 120. Registro fotográfico Capacitación Pescadores Artesanales – Coliumo

6.3.7. RESULTADO L: Material escrito y digital del diseño de intervención educativa validada en al menos dos oportunidades.

Status: finalizado

ACTIVIDAD	COMPROMETIDO	REALIZADO	DESCRIPCIÓN
Validación Intervención educativa	2	2	Intervenciones realizadas en por Cuna Cultural en Colegio Santa María de Las Condes y en Escuela de Artes de Osorno.

La actividad diseñada por Cuna Cultural, en el marco del aumento de consumo de productos del mar fue validada en 2 oportunidades. La primera el 11 y 12 de diciembre en el colegio Santa María de Las Condes y la segunda entre el 16 y 17 de mayo 2019 en la Escuela de Artes y Cultura de Osorno. Ambas actividades involucraron directamente a más de 200 niños, los que pudieron interactuar directamente con el mural realizado en cada establecimiento.

Como respaldo de la actividad se adjunta:

Anexo 121. Informe de intervención educativa- Cuna Cultural Las Condes

Anexo 122. Informe de intervención educativa- Cuna Cultural Osorno

6.4. Objetivo 5: Promover la formalización de la gobernanza a través un Memorandum de entendimiento por parte de los integrantes del Comité Técnico del Desarrollo de la etapa de construcción del Plan Estratégico (2017)

Por razones de cambios de los lineamientos estratégicos de la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura, se decidió entre las partes no concretar la formalización de la gobernanza. Dicho cambio quedó registrado en correo electrónico con contraparte técnica, en Anexo 43.

7. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

El trabajo realizado por Subcomité fue sumamente provechoso. Permitió comprobar que muchas empresas y organizaciones están llevando a cabo iniciativas relacionadas al aumento de consumo desde sus diversos ámbitos, sin embargo éstas no son promocionadas o informadas a nivel global. Se ha definido que el programa que lidera Subpesca es una plataforma adecuada para aunar todas estas iniciativas, lo que aumentará el impacto y el las posibilidades de lograr el objetivo de aumentar el consumo de productos del mar a nivel nacional, robusteciendo y fortaleciendo el programa. Los asistentes a las distintas actividades propiciaron al programa como una plataforma para establecer sinergias entre los distintos actores que trabajan en este objetivo común, desde distintos ámbitos o áreas. Esto fue constatado al establecer más de 40 sinergias entre actores durante el programa.

Además de ello, se pudo determinar una amplia gama de iniciativas según pilar de trabajo; Sustentabilidad, Innovación, Educación y Difusión. Es interesante mencionar que cada subcomité que participó en uno de los pilares anteriormente señalados, estuvo compuesto por distintas organizaciones, tanto del sector público como privado, academia y ONG.

En el pilar de sustentabilidad, destacó la preocupación por la disponibilidad de los recursos, y lo importante que es educar respecto de ello. En general los principales aspectos mencionados fueron:

- Preocupación por la pesca ilegal.
- Importación de productos de baja calidad nutricional y de incierto origen.
- Falta de conocimiento en la población respecto de tallas, vedas, y legalidad de los productos del mar.
- Gran preocupación por el desperdicio de alimentos del sector.
- Poca claridad de cifras de extracción.
- Importancia de la trazabilidad de los recursos.
- Altos estándares de los sellos internacionales.

Por su parte, en el Subcomité de Innovación los desafíos revisados fueron también diversos y abarcan toda la cadena de valor de los productos del mar; los procesos de captura, conservación, manipulación, transporte, precio, inocuidad, presentaciones y preparaciones, tendencias del consumidor, entre otros. Se relevó la problemática de los productos importados y su efecto de sustitución por los productos nacionales con precios muy bajos y calidad nutricional limitada.

Los principales aspectos mencionados fueron los siguientes:

- Los consumidores demandan productos más fáciles de cocinar.
- Se requiere desarrollo de fichas de calidad e inocuidad de los recursos. Se propone consultar las desarrolladas por FAO.
- Se aprecia en los consumidores la cultura de los alimentos procesados, especialmente en productos del mar. Se abordó esta tendencia como una oportunidad para las ferias libres.
- Se requiere consolidar alianzas entre actores para la utilización más eficiente de capacidad ociosa de plantas de procesamiento. Es necesario realizar levantamientos territoriales.
- Las cooperativas son un modelo de organización que ha mostrado algunos buenos resultados, pero es necesario profesionalizar a los cooperados.
- Oportunidad de participar en Octubre 2019 en actividad en La Serena sobre el uso de los desperdicios de productos del mar en el marco de APEC.
- Se identificó la oportunidad de desarrollo de productos en formato snacks, innovación que apoya la tendencia de consumidores por consumo rápido y alimentos saludables.
- La Ley REP y la Ley de Etiquetado (Ley 20.606) se identifican como oportunidad para avanzar en la innovación en productos con mayor valor agregado e iniciativas de economía circular.

El Subcomité de Educación concluyó que el foco de la enseñanza de las propiedades y beneficios de consumir productos del mar, debe estar en los niños en etapa escolar y en los jefes o jefas de hogar. Dentro de los principales trabajos colaborativos identificados está la colaboración de las

instituciones con carreras de gastronomía o nutrición con instituciones que promueven el consumo en niños, a través de la mejora en las preparaciones para la degustación y la preparación de material destinado a los padres y/o apoderados. Otra iniciativa de interés es la toma de información científica relevante y llevarla a un lenguaje simple y entendible para difundirlas en las RRSS del programa u otras instituciones interesadas en apoyar.

Finalmente, el Subcomité de Difusión tuvo una conversación más bien centrada en lo necesario de trabajar en una campaña a nivel nacional apoyada por el gobierno de Chile y Subpesca, donde se incentive al aumento del consumo de productos del mar. Para lograr un gran impacto, se debe reunir a todos los actores, y realizar campañas al estilo de "tomo leche" o del "huevo".

También se conversó sobre el trabajo conjunto de las líneas de educación y difusión de cómo generar conocimiento a nivel de la población para disminuir la inseguridad en su consumo.

Por su parte, en las reuniones de gobernanza, se detectaron alternativas para ampliar la difusión del programa, como por ejemplo vinculación con las actividades organizadas en establecimientos educacionales por el Ministerio del Deporte, evento Elige Vivir Sano, entre otros. Además, se identifica la importancia de incluir a otros actores que a la fecha no han participado del programa, como Ministerio de Economía, Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de Salud, Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura, Ministerio de Medio Ambiente, Ministerio de Educación, entre otros.

En cuanto al plan comunicacional, desde septiembre de 2017 al 31 de julio de 2019, la estrategia de comunicaciones estuvo enfocada en visibilizar los avances e impactos de la etapa de implementación del programa en base a sus cuatro pilares: Educación Nutricional y Gastronómica; Sustentabilidad; Difusión y Comunicación Masiva; e Innovación en productos, procesos, canales de comercialización y emprendimiento. Esta estuvo enmarcada en una serie de hitos claves del programa, tales como, el lanzamiento de la etapa de implementación, la participación en la Feria food & Service, la campaña de alimentos marinos para escuelas de Chile en Santiago y Osorno, y el seminario de internacional que se llevó a cabo el pasado 24 de julio.

Respecto al alcance en prensa, el programa Del Mar a Mi Mesa tuvo una buena recepción en 2018 alcanzando un total de 48 apariciones de prensa con un valor publicitario de \$76.017.820. Por su parte, el primer semestre de 2019 cerró con 18 apariciones de prensa. Cabe destacar que la difusión también se vio apalancada con el desarrollo de una grilla mensual de post para RRSS y un newsletter dirigido a toda la base de datos del programa con el objetivo de: informar, educar y ser un espacio de vitrina para emprendedores que están innovando en el desarrollo de productos en base a productos del mar.



Informe Final

“Avance en la implementación de hoja de ruta contenida en el plan estratégico del Programa del Mar a Mi Mesa, para el aumento del consumo interno de productos pesqueros”



En relación al plan de comunicaciones a 5 años, se centra en el desafío de posicionar la marca del programa, reforzando los mensajes claves y transmitiendo de manera efectiva el valor de éste. Esto se logrará a través de 1) la comunicación de la propuesta de valor a través de las fortalezas, 2) crear un relato por cada audiencia y 3) estrategia de marketing y comunicaciones con foco claro. Esto podrá generar una mayor sociabilización de la marca y aumento del impacto y visibilidad. La estrategia para ello se basa en el uso de medios digitales corporativo y ciudadano (Facebook, Instagram y twitter, página web, etc.), medios masivos (prensa, radios, tv, diarios y revistas especializadas) y participación en el ecosistema, considerando también rostros embajadores que movilicen a la ciudadanía.

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Los resultados a la fecha han podido evidenciar gran compromiso y preocupación de los diversos actores colaboradores. El trabajo realizado por el Subcomité ampliado fue sumamente exitoso y permitió comprobar la importancia del trabajo conjunto en este tipo de desafíos y lo fundamental que es generar alianzas para obtener los resultados esperados. Se evidenció la existencia de múltiples iniciativas que colaboran directa o indirectamente con el aumento de consumo de productos del mar, y por ende, con programa que lidera Supesca. Esta instancia de trabajo permitió identificarlas y compartirlas entre los colaboradores, ya que muchas de ellas se ejecutaban a nivel interno de las organizaciones, y por lo tanto sin promoción alguna. Así mismo, se comprobó que esta instancia permitió resolver dudas, tomar decisiones y generar alianzas de colaboración y apoyo entre los asistentes y con el Programa mismo.

El Programa fue exitoso en alinear a los actores bajo las dimensiones estratégicas del Plan. La articulación en Subcomités, permitió abordar ordenadamente las prioridades definidas y traducidas en las soluciones de Plan Estratégico. De esta forma, se logró agrupar a los diversos participantes según sus intereses, pero también según su potencial de agregación de valor para movilizar las acciones establecidas para la implementación del Plan.

De esta forma, el programa logró posicionarse como una iniciativa multiactorial, orientada a promover el aumento de consumo de productos del mar, siendo considerada para integrar diversas instancias público-privadas que abordan líneas de alimentación saludable, capacitación de pescadores artesanales, difusión amplia, entre otros. Ejemplo de esto fue la participación en la mesa de trabajo de Junaeb-Corfo para identificar oportunidades para la implementación del Convenio suscrito entre ambas reparticiones públicas. También la participación en taller de apoyo a pescadores de merluza común y la invitación por parte de la Feria Food and Service a participar con un stand y cocina interactiva durante la feria del 2018, entre otras actividades.

Los actores que se involucraron en algunas de las iniciativas o trabajos realizados por el Programa a lo largo del proceso, están verdaderamente comprometidos, dispuestos a ayudar y atentos a los próximos pasos y eventos. Hay confianza en el proyecto y en los logros ya obtenidos, y compromiso de los participantes en continuar cooperando desde sus organizaciones y también individualmente. En este sentido, es relevante que los miembros de la gobernanza y, especialmente los actores públicos, concurren con toda la batería de instrumentos financieros, presencia territorial, esfuerzos comunicacionales y articulaciones público-privadas para mantener esta instancia de colaboración y ejecutar los pasos a seguir según la hoja de ruta definida, generando impacto a nivel nacional.

Finalmente, y a modo de resumen, las principales recomendaciones son las siguientes:

1. Asegurar continuidad del programa, idealmente a través de una política pública, y de la marca Del Mar a Mi Mesa que ya es sumamente conocida, querida y aceptada, tanto por actores públicos como privados.
2. Instalar el programa como iniciativa articuladora al más alto nivel, tomando en consideración la sintonía con líneas de trabajo a nivel de FAO, OMS, OPS, entre otros organismos globales.
3. Establecer incentivos a las iniciativas que alineen sus acciones e indicadores al aumento de consumo de productos del mar, por ejemplo, facilitando promoción y valor reputacional para instancias privadas.
4. Construir identidad del programa en medios digitales de comunicación para acceder a las audiencias más importantes en el cambio de hábitos de consumo, como son millennials, jóvenes y niños desde la edad más temprana. Se requiere página web propia para empoderar al programa, canales en redes sociales, visibilidad para autoridades, entre otros.
5. Focalizar los esfuerzos en los territorios, generando intervenciones coordinadas con las diversas instancias públicas y privadas para maximizar impacto. Evaluar pilotaje de diversas fórmulas para apoyar a los pescadores artesanales y revisión de mejores prácticas para replicar y multiplicar sin necesidad de “reinventar la rueda”.
6. Construir mensajes que atraigan y promuevan respuestas concretas de las diversas audiencias objetivas, desde empresas, profesores, jefas y jefes de hogar, niños y niñas, pescadores artesanales, trabajadoras y trabajadores, etc. Para asegurar que los esfuerzos están alineados con las metas del programa.
7. Comprometer recursos para asegurar la ejecución a largo plazo de esta iniciativa, para instalarla como una política de Estado.



Informe Final

“Avance en la implementación de hoja de ruta contenida en el plan estratégico del Programa del Mar a Mi Mesa, para el aumento del consumo interno de productos pesqueros”



9. ANEXOS