

DIP. F. ESPINOZA



(G.S.) ORD. N° 56 /

ANT.: Oficio Cámara de Diputados N° 37521 del
21 de diciembre de 2017 de la Cámara.

MAT.: Informa lo que indica.

VALPARAÍSO, **11 ENE. 2018**

DE : SUBSECRETARIO DE PESCA Y ACUICULTURA

A : SR. PROSECRETARIO ACCIDENTAL DE LA CAMARA DE DIPUTADOS

En respuesta al oficio de ANT., donde nos consulta sobre el Plan Estratégico "Del Mar a mi Mesa", solicitándonos que le remitamos una síntesis del trabajo desarrollado, así como sus conclusiones y propuestas, al respecto le podemos informar lo siguiente:

La Subsecretaría de Pesca y Acuicultura, ha relevado la necesidad de crear una estrategia que permita generar acciones concretas en torno a aumentar el consumo de productos del mar en Chile. En este sentido, se lleva a cabo un Plan estratégico que tiene como objetivo dar apoyo en el diseño, implementación y seguimiento de coordinaciones público-privadas para disponer e implementar acciones y soluciones que permitan aumentar el consumo interno de estos productos.

El Programa "Del Mar a mi Mesa", ha establecido un horizonte de tiempo definido y núcleos específicos que permiten focalizar las acciones a ser incluidas en el plan. Se ha puesto énfasis en alcanzar un consumo de 20 Kg/año para el 2027, se definió que un elemento relevante para lograr esto, es un cambio cultural de la población y que para alcanzar la meta se debe incluir la innovación y el desarrollo local, asegurando la protección de los recursos y el acceso para todos.

El Programa "Del Mar a mi Mesa", logró convocar a la mayoría de los actores relacionados con una estrategia de aumento de consumo de productos del mar y, además, estableció una estructura en tres niveles para la construcción del **Plan Estratégico**.

Comité Directivo: Constituido para la construcción del plan y que congrega al mandante Subpesca con el equipo ejecutor de Fundación Chile. Este comité se encargó de revisar periódicamente el avance en la construcción de la hoja de ruta, validar las dinámicas de trabajo en mesas y las adecuaciones necesarias para incorporar actores relevantes y aspectos sectoriales a las actividades.

Comité Técnico: Conjunto de actores que representan a diversas organizaciones públicas y privadas, encargados de construir la visión del plan, validar los núcleos que darán la estructura a las iniciativas a desarrollar y establecerán las prioridades para implementar las soluciones identificadas. Este Comité sesionó en 4 oportunidades, generando un grupo diverso, coordinado y con sentido de logro, lo que será fundamental para la continuidad de la etapa de implementación de la hoja de ruta.

Los organismos que integraron el Comité Técnico fueron los siguientes: Subpesca.

- Sernapesca.
- Ministerio de Salud.
- Junaeb.
- Corfo.
- Sistema Elige Vivir Sano.
- FAO.
- Sonapesca.
- Confepach.
- Condepp.
- Conapach.
- Pymepes.
- AmiChile.
- Salmón Chile.
- Fundación Chile.

Este Comité fue el responsable de establecer la "Visión y la Meta" a alcanzar en un período de 10 años, y los miembros aportaron desde sus propios objetivos y líneas de acción, para lograr un plan articulado y coordinado entre todos.

Mesas Ampliadas: Es el conjunto amplio de actores, que quieran y estén en condiciones por sus objetivos, de aportar a dar forma a las líneas de acción que establezca el Plan Estratégico, para alcanzar la visión propuesta.

Este grupo de más de 60 personas, representantes de más de 40 organizaciones, sesionó en 4 oportunidades, logrando identificar un conjunto importante de acciones, recursos y actores que debieran comprometer su participación en las soluciones priorizadas en la hoja de ruta. Adicionalmente se reunió una "Mesa pública" para consolidar las iniciativas y líneas de acción que pudieran complementarse con las ejecutadas por las instituciones públicas que participan del programa.

El trabajo de estas tres instancias, se estructuró en "Mesas de Trabajo", en jornadas que fueron abordando progresivamente las 4 etapas de la construcción de la hoja de ruta:

- Definición de visión y desafíos.
- Construcción de matriz de barreras y focos de intervención.
- Construcción de matriz de soluciones, o planes concretos para cada ámbito de intervención, ubicándolas en diferentes momentos del tiempo.
- Construcción de fichas para las soluciones priorizadas, recursos y planes concretos propuestos.

El plan estratégico, 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."*

El plan logró también, identificar "Núcleos traccionantes y Núcleos habilitadores", que orientan la estructura de la hoja de ruta, alineando recursos, actividades y actores en función de drivers y soluciones.

Los Núcleos traccionantes; hacen referencia a ámbitos que constituyen los desafíos más cruciales para lograr el aumento de consumo de productos del mar. Son los ámbitos a movilizar, estos son: Mercado, Acceso y Cultura.

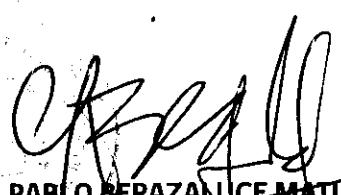
Los Núcleos habilitadores; dicen relación con las dimensiones que condicionan la capacidad para llevar a cabo el plan y avanzar. Definen las líneas de acción, los drivers y las soluciones, estos son: Educación y cultura, Innovación y desarrollo de productos, Difusión y Comunicación masiva y Sustentabilidad.

1. Educación nutricional y gastronómica; Tiene como objetivo educar a la población chilena desde etapas tempranas respecto de las bondades de los productos del mar, enseñando formas de preparación accesibles y atractivas, derribando mitos que constituyen una barrera para el consumo y aumentando la oferta de productos.
2. Sustentabilidad; Busca proponer e implementar buenas prácticas y mecanismos que permitan asegurar la sustentabilidad de los distintos recursos a lo largo de la cadena de valor de los productos del mar, desde su extracción hasta su disposición final.

3. Difusión y comunicación masiva; Esta orientado a generar estrategias de comunicación y marketing masivas, para concientizar y generar cambios de hábitos respecto a estos productos, además de comunicar sus bondades y formas de preparación.
4. Innovación en Productos, Procesos, Canales de Comercialización y Emprendimiento; Su propósito es sofisticar, diversificar y generar nuevas alternativas para acercar la oferta a los consumidores, hacerla más atractiva y generar valor a partir del patrimonio gastronómico.

Con todos estos elementos, validados y priorizados por los participantes de las diversas instancias de trabajo, fue posible visualizar la estructura definitiva de la hoja de ruta.

Saluda atentamente a Ud.,



PABLO BERAZALUCE MATURANA
Subsecretario de Pesca y Acuicultura

MCG/mr/xmn

N° 14856-17

DISTRIBUCIÓN

1. Sr. Prosecretario Accidental de la Cámara de Diputados
2. Gabinete Subsecretario de Pesca y Acuicultura
3. Archivo

