

INNOVA CHILE - CORFO

**PROYECTOS LÍNEA 3A
TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA
MISIONES TECNOLÓGICAS**

INFORME FINAL

Proyecto N° 207- 6204

**“MISIÓN DE CAPTURA EN SISTEMAS DEL MERCADO DE
COMERCIO JUSTO EN INGLATERRA””**

EMPRESA GESTORA: COPEVAL S.A.

Agosto de 2007



INNOVACIÓN PARA NUEVOS NEGOCIOS
WWW.CORFO.CL

INNOVA CHILE - CORFO

INFORME FINAL

Identificación de empresarios que postularon para asistir a la Gira en su totalidad.

Nº	EMPRESA	ASISTENTE A LA GIRA
1	COPEVAL S.A.	Pablo Alfaro Lucero
2	Cooperativa Agrícola y Vitivinícola de Cauquenes	Felipe Zuñiga P
3	Viña Correa Albano-Agrícola Asval S.A.	Alfonso Astaburuaga C
4	Sociedad Vitivinícola Sagrada Familia S.A.	Jose Navarrete J
5	Viña Chequen S.A.	Juan Carlos Caris
6	Consorcio vinícola de Chile S.A.	Paola Leiva B
7	Sociedad Agrícola Balduzzi Ltda.	Ricardo Zilleruelo

De los empresarios antes nombrados no participaron de la misión tecnológica las siguientes empresas.

EMPRESA	MOTIVO
Cooperativa Agrícola y Vitivinícola de Cauquenes	Accidente de Gerente General quien no pudo tomar la decisión
Viña Chequen S.A.	Presupuestarios
Consorcio vinícola de Chile S.A.	Presupuestarios.

INNOVA CHILE - CORFO

1.- Contenido Informe Final

1.1.- Contenido Informe Técnico Misión Tecnológica

1.1.Fecha salida / llegada

La misión tecnológica se realizó partiendo desde Santiago / Chile con destino a Londres / Inglaterra el día viernes 18 de mayo de 2007, el regreso fue el domingo 27 de mayo desde Dublín / Irlanda rumbo a Santiago de Chile arribando a esta última ciudad el día 26 de Mayo de 2007.

1.2.Identificación de empresarios que asistieron a la Gira en su totalidad.

Nº	EMPRESA	ASISTENTE A LA GIRA
1	Copeval S.A. (Entidad Tecnológica)	Pablo Alfaro Lucero
2	Sociedad Vitivinícola Sagrada Familia S.A.	Jose Navarrete J
3	Sociedad Agrícola Balduzzi Ltda.	Ricardo Zilleruelo
4	Viña Correa Albano-Agrícola Asval S.A.	Alfonso Astaburuaga C

INNOVA CHILE - CORFO

1.3.Grado de cumplimiento del programa de la Gira (si es distinto al 100% programado, explicar motivos).

Las actividades comprometidas en los términos de referencias del presente proyecto se cumplieron en un 100%. A modo de comentario, se debe informar que efectivamente fueron cuatro las empresas que viajaron y fueron parte de este proyecto, las otras empresas que no viajaron entregaron razones de tipo presupuestaria que no les permitieron integrarse a la misión.

El detalle de cada una de las actividades se presenta a continuación, en forma cronológica:

Lunes 14 de mayo de 2007

- **Charla Inicio Gira:**

Reunión de trabajo con los participantes de la Gira y CORFO, la que se realizó en las oficinas de COPEVAL S.A. en la ciudad de Curicó en la Séptima Región. Como tema principal, se ratificaron los detalles del itinerario de actividades y los objetivos de la Misión Tecnológica. Se agradeció el apoyo otorgado por CORFO y se generó una primera instancia para que los participantes tuvieran la oportunidad de conocerse. Se procedió además a la coordinación del viaje propiamente tal.

Salida: Viernes 18 de mayo

- Salida desde Santiago con destino a Londres – Inglaterra.

Día 1: Sábado 19 de mayo

- Llegada a Londres y traslado a hotel.
- Alojamiento en Londres

Día 2: Domingo 20 de mayo

- Reunión de Coordinación

Esta reunión se realizó en el Hotel donde se hospedaba el grupo, y tuvo por finalidad detallar los destinos diarios durante la misión tecnológica, así

INNOVA CHILE - CORFO

como también profundizar en las actividades principales de cada empresa a visitar y los beneficios a alcanzar.

- Alojamiento en Londres.

Lunes 21 de mayo.

- Visita a la Empresa Traidcraft

En la visita a esta importante organización británica, el grupo pudo constatar, mediante una reunión con los ejecutivos de la empresa, las bases del comercio justo, así como la misión y los objetivos bajo los cuales trabajan para luchar contra la pobreza a través del comercio, donde las actividades principales son practicar y promover los acercamientos al comercio que ayuden a que la gente pobre de aquellos países en vías de desarrollo puedan lograr transformar sus vidas. El Fairtrade garantiza un reparto más justo y mejor para los productores de países en vías de desarrollo.

Respecto al comercio justo en Inglaterra destaca que en la visita la delegación de Chile fue recibida por Zenen Santana-Delgado quien es Supplier Support Co-ordinator de Traidcraft.

Se destaca que las oficinas y entidades de Inglaterra hacen suyo el propósito de la Fair Trade que es según su eslogan: "Garantía de mejor trato para los productores del tercer mundo". Hoy en día existen más de 1.800 productos certificados Fairtrade en el comercio de UK, de los cuales el 30% está representado por productos de artesanía, textiles, joyas y otras manufacturas, donde el otro 70% corresponde a alimentos y bebidas.

Los principales canales de comercialización son: los fairtraders, tiendas independientes, supermercados y catálogos & webstore, convenios con grandes empresas públicas y privadas como por ejemplo el abastecimiento de café para empresas como Microsoft y Starbucks y comercio electrónico a través de la página web.

Actualmente el comercio justo factura alrededor de 200 billones de libras.

En términos de marketing estratégico sólo el 52% de los consumidores reconoce el símbolo y la marca Fairtrade, y el 51% tiene una asociación correcta entre el símbolo y el mensaje del fairtrade. En términos de edad, existe un cruce transversal de reconocimiento de la marca entre los 16 y

INNOVA CHILE - CORFO

74 años. El grupo ABC1 es el que presenta el más alto nivel de reconocimiento de marca y la más alta propensión a la compra.

Un dato importante rescatado en la gira es que sobre el 50% de las ventas totales de los productos fair trade en UK, se producen mediante la venta de voluntarios mediante 3.000 puntos de venta, donde destacan principalmente la venta en la salida de iglesias, universidades y gobiernos comunales.

Existe una política fuerte de marketing comunicacional de manera de posicionar estratégicamente en la mente de los consumidores ingleses, no solo el logo, sino la significación valórica, especialmente solidaria del tema fairtrade. De esta forma se han realizado importantes campañas de medios: apariciones de prensa, revistas, televisión, promociones de supermercado y un sitio web con más de 5.000 visitas por día.

Fairtrade Fortnight, es el evento masivo, anual, donde participan las entidades relacionadas de una u otra forma con el fairtrade y que se desarrolla con el apoyo de la comunidad.



- Alojamiento en Londres.

INNOVA CHILE - CORFO

Martes 22 de mayo.

- Visita a Feria Londres Wine & Spirit Fair

El objetivo de esta visita a la feria fue encontrar y conocer aquellos productores de vinos que comercializan bajo las etiquetas del comercio justo o fairtrade y, mediante conversaciones y discusiones, capturar las experiencias de quienes venden bajo esta modalidad. Se destaca la participación de Vinos Lautaro como expositor de vino fairtrade.



- Alojamiento en Londres.

Miércoles 23 de mayo.

- Visita a Feria Londres Wine & Spirit Fair

En la LWSF existió un panel de discusión que abordó los temas más recientes de la industria del vino. Se dio énfasis a los temas más relevantes que fueron debatidos y discutidos con todos los participantes de la industria, este año el programa fue diverso y contempló los más variados temas.

Se destaca un debate realizado por HARPERS AND WINE INTELLIGENCE, en el cual se planteó la siguiente interrogante: ¿los consumidores ingleses realmente saben acerca de fairtrade, sistemas orgánicos, temas medioambientales y sustentables cuando van a comprar

INNOVA CHILE - CORFO

vinos? En este panel de discusión se presentaron evidencias respecto a la conducta de compra del consumidor de vino. En conclusión se observa el fuerte posicionamiento de la marca fairtrade y su tendencia al alza como factor valórico en la conducta de compra. Los antecedentes específicos se presentan en el anexo denominado “Do UK consumers really care about organic, Fairtrade, sustainability and environmental issues when it comes to buying wine?”

Además, el segundo día de visita a London Wine se mantuvieron conversaciones con expositores de América latina que comercializan bajo la marca del comercio justo, su experiencia y los resultados que han obtenido con esta forma de comercio.



- Visita a Supermercados en Londres.

Los supermercados en UK son el canal de comercialización más importante que existe en el comercio. Se dice que este sector presenta ventas por 130.000.000.000 de libras por año

El líder indiscutido es la cadena de supermercados TESCO. Se dice que de cada 7 libras gastadas en UK, una de ellas se gasta en TESCO, la cual alcanzó utilidades por 2.5 bn libras el año 2006. La fuerte competencia por las comisiones, los grandes descuentos y las promociones han tenido un fuerte impacto en beneficio del consumidor y en detrimento de los proveedores.

Como tendencia existe un fuerte crecimiento en el poder de los consumidores y su conducta de compra, así como una fuerte alza en los productos denominados “éticos”.

INNOVA CHILE - CORFO

Respecto a los vinos, los supermercados manejan el 70% de la comercialización de éstos.

La distribución de las ventas por supermercados se presenta a continuación:

Nombre Supermercado	Porcentaje de Ventas
TESCO	31.35%
ASDA	16.85%
SAINSBURY	16.37%
MORRISON	11.08%
COOP	5%
WAITROSE	3.9%



INNOVA CHILE - CORFO

Con esta visita se logró observar las formas y tipos de comercialización de los productos de comercio justo en supermercados. Se observó el etiquetado con el cual se reconocen estos productos, así como también se identificaron los países de los cuales provenían los productos comercializados.



- Alojamiento en Londres.

Jueves 24 de mayo.

- Visita a Feria Londres Wine & Spirit Fair

En este tercer día de visita a la feria sirvió para sacar algunas conclusiones referente al Comercio Justo, comparando las diferentes experiencias escuchadas en las conversaciones sostenidas los días anteriores con los expositores, productores y comercializadores de productos Fairtrade.

- Visita a las oficinas de The Fair Trade Foundation en Londres.

The Fair Trade Foundation pertenece a las organizaciones de etiquetado de Fairtrade internacionales (FLO), que une 21 iniciativas internacionales a través de Europa, de Japón, de Norteamérica, de México y de Australia / Nueva Zelanda. Esta fundación viene realizando durante años una campaña sistemática y de gran penetración en todo el mercado minorista del UK.

INNOVA CHILE - CORFO

La relevancia de esta visita estuvo centrada en determinar no solamente cuales son los productos que tienen más demanda en el mercado inglés, sino además proceder a iniciar el trabajo para desarrollar los estándares que permitan ampliar la gama de productos que son posibles incluir en fairtrade desde Chile.

En conversaciones con Mark Varney, quien es Business Development Manager, manifestó el amplio interés que Chile aumente su oferta en el mercado del comercio justo, pero puntualizó que se debe solicitar a FLO la aprobación de los estándares respectivos en función de una demanda comprobable por parte de los importadores de Europa.

Ratificó además, la tendencia creciente por la demanda de productos fairtrade en el canal de supermercados, especialmente los que tienen que ver con alimentación y bebestibles.

Se destaca la percepción de Chile, como proveedor confiable de productos fairtrade, en este sentido y coincidiendo con los profesionales de Traidcraft la confianza en el sistema de fairtrade desde un punto de vista valórico, entendido como una ayuda a los más pobres, es la base sobre la cual se construye el fairtrade y en este sentido, todos los participantes deben prioritariamente velar por mantener la confiabilidad del sistema fairtrade. Menciona además la fuerte presión de la prensa por vigilar que todo el dinero que aportan en un sentido solidario los consumidores de UK, deben ser destinados para el desarrollo de los más pobres.



- Alojamiento en Londres.

INNOVA CHILE - CORFO

Viernes 25 de mayo.

- Traslado a Dublín – Irlanda.
- Visita a Supermercados y tiendas especializadas en Comercio Justo en Dublín, uno de los destinos más importantes del vino chileno.



- Visita a las oficinas de The Fair Trade Foundation en Dublín.

Según lo señalado por la Fairtrade Mark Ireland, la comprensión del concepto tras el sello de Comercio Justo alcanza al 45 % entre adultos, para aquellos adultos que reconocen el sello mismo, la asociación con el concepto “un mejor trato para los productores del tercer mundo” sube a un 76 %.

Sobre un 32 % de los adultos Irlandeses dicen que compran regularmente productos Fairtrade. Como se puede apreciar, el movimiento Comercio Justo es importante hoy en día en Irlanda y tienen bases sólidas entre los consumidores.

En el caso del vino chileno, este es su principal mercado ya que tiene el más alto nivel de participación entre todos los vinos importados.

Un 67 % de los irlandeses adultos piensan que es muy importante que exista una organización que se preocupe de llevar a cabo un comercio más justo con la gente de los países en desarrollo.

Un 53 % de los entrevistados señalan que les gustaría comprar un producto con el sello Fairtrade.

INNOVA CHILE - CORFO



- Alojamiento en Dublín.

Sábado 26 de mayo.

- Salida desde Dublín con destino a Santiago

Miércoles 27 de junio de 2007

- Taller de Difusión Final.

La actividad divulgativa se realizó en conjunto con el proyecto NODO Comercio Justo “Innovación Precompetitiva en Productos de Comercio Justo Provenientes de Pequeños Productores y Agricultura Familiar Campesina” el día Miércoles 27 de Junio de 2007, desde las 8:30 hasta las 17:00 hrs. en el recinto Fimaule.

INNOVA CHILE - CORFO

1.4. Logros destacables de la Gira Tecnológica

La Misión se efectuó el mes de Mayo pasado, en donde se aprovechó de visitar la London Wine & Spirit Fair.

El viaje contempló visitas en el Reino Unido e Irlanda, a las Oficinas Nacionales de Fair Trade Foundation (FLO), Traidcraft y Supermercados, cumpliéndose el 100% del programa previsto.

INNOVA CHILE - CORFO

1.5.Resultados y conclusiones (en términos generales y específicos)

Como resultados de esta misión se constató un incremento notable en la venta de productos de Comercio Justo (CJ) en las cadenas de retail.

Además se determinó que el mercado de interés primordial es el Reino Unido por el gran desarrollo logrado, en el cual, actualmente, se comercializan más de 1.800 productos diferentes certificados en el CJ, siendo el 70 % de ellos alimentos y bebidas, y el resto textiles, artesanías y otros.

Dentro de los antecedentes de UK

El mercado está dominado por los supermercados, en los cuales las ventas de productos de CJ, han crecido anualmente más del 25 % en los últimos tres años, por lo tanto, existe un interés creciente de este canal de comercialización por incluir nuevos productos de Comercio Justo.

Chile es un proveedor importante del CJ, especialmente en vinos y miel. Los montos de su operación permiten a las empresas distribuidoras obtener un margen adecuado para financiarse y a la vez subsidiar a productos provenientes de países menos desarrollados o de menor valor.

No hay un problema inmediato por el desarrollo logrado por Chile, reconociéndose el problema de desigualdad existente entre los ingresos de la población, lo que se puede ayudar a solucionar por medio de esta iniciativa.

Las empresas visitadas, apoyan el ingreso de nuevos productos a sus mercados y especialmente a los supermercados, lo que recomiendan efectuar a través de ellas mismas o de importadores certificados.

Una vez el producto cuente con el interés del mercado (se ha comprobado que es posible su incorporación a un Supermercado con una demanda pre establecida), ellas mismas o el importador acreditado puede solicitar a la iniciativa nacional FLO del país, la certificación del producto y posteriormente el de la empresa correspondiente.

Nombre de archivo: (7) 207-6204 (CT).doc
Directorio: U:\profiles\angeloriquelme\Mis documentos
Plantilla: \\DDSRANCAGUA\Doctos\$\Pautas-Tipos\InformeL3A.dot
Título: Pauta Elaboración Informe Línea 3
Asunto:
Autor: r06.gzc
Palabras clave:
Comentarios:
Fecha de creación: 22/08/2007 10:58:00
Cambio número: 67
Guardado el: 14/09/2007 11:08:00
Guardado por: CBCARRASCO
Tiempo de edición: 233 minutos
Impreso el: 12/09/2011 14:53:00
Última impresión completa
Número de páginas: 15
Número de palabras: 2.459 (aprox.)
Número de caracteres:13.526 (aprox.)