

Consejo de la Sociedad Civil (COSOC)

Acta Octava Sesión

Fecha: viernes 17 de mayo de 2024

Horario: 10:35 – 11:48 hrs.

Modalidad: Online

La octava reunión del Cosoc de ProChile contó con la participación de los siguientes Consejeros y Consejeras:

N°	Entidad gremial	Representante
1	Cámara Nacional de Laboratorios Farmacéuticos A.G.	Vicente Astorga Pizarro
2	Asociación de Exportadores de Carne de Chile – CHILECARNE	Pía Barros Abrigo
3	Federación Red Apícola Nacional F.G.	Carol Acevedo
4	Asociación de Exportadores de Fruta de Chile, ASOEX	Ignacio Caballero
5	Consejo Exportador de Alimentos	Claudio Cilveti
6	Sociedad de Fomento Fabril - SOFOFA	Josefa De Los Ríos
7	Asociación de Exportadores de Carne de Chile – CHILECARNE	Juan Carlos Domínguez
8	Asociación Gremial de Industriales del Plástico	Lois Geiger
9	EXPORLAC Chile A.G.	Guillermo Iturrieta
10	Cámara de Comercio de Santiago AG - CCS	Carlos Soubllette
11	Vinos de Chile A.G.	Angélica Valenzuela
12	Cámara de Comercio, Servicios y Turismo de Chile	Kenneth Werner

Por parte de ProChile se encontraban presente los siguientes funcionarios:

Ignacio Fernández, Director General

María Julia Riquelme, Jefa Departamento Dirección de Marketing y Eventos

Andrés Gebauer, Jefe Subdepartamento de Marketing

Francisca Saavedra, Jefa Subdepartamento de Ferias

Francisca Rifo, Asistente Departamento Dirección de Marketing y Eventos

Secretaria Ejecutiva: Evelyn Gatica, ProChile

Secretaria de Actas: Daniela Toro, ProChile

Además, como expositora estuvo Macarena Aguilar, socia fundadora de Daw

DESARROLLO DE LA SESIÓN

Comienza la octava sesión del Consejo de la Sociedad Civil a las 10:35 hrs. del viernes 17 de mayo de 2024.

Vicente Astorga, presidente del consejo, dio la bienvenida y saludó a los presentes. Hizo un breve recuento de lo que ha sucedido desde la última reunión y las actividades que se realizarán próximamente.

Siguiendo con el programa de la sesión, María Julia Riquelme, Jefa del Departamento Dirección de Marketing y Eventos se refirió, en forma general a las actividades planificadas en el marco de los 50 años de ProChile y a la experiencia con el nuevo rediseño de los pabellones de Chile para las Ferias internacionales, el cual se trabajó junto a la Fundación Imagen de Chile.

Posteriormente, Francisca Saavedra, Jefa del Subdepartamento de Ferias, continuó relatando antecedentes respecto a la nueva imagen de los stands en ferias internacionales, indicando que se realizó un estudio durante el segundo semestre de 2023 para analizar la presencia de Chile en las diversas ferias internacionales, el que permitió identificar falencias, debilidades y oportunidades de mejora. Este diagnóstico indicó que la presencia de Chile tenía poca coherencia en términos de imagen. Por lo tanto, se realizó una licitación en conjunto con Fundación Imagen de Chile para la generación de un nuevo diseño funcional y adaptable a todos los sectores exportadores, la cual fue adjudicado a DAW, empresa liderada por mujeres, con más de 20 años de experiencia. en este contexto, Francisca invitó a Macarena Aguilar, socia fundadora de Daw, para que diera a conocer el proceso, resultados y estados de avance de la implementación.

Macarena saludó a los presentes e inició su presentación, abordando los siguientes puntos:

- Feedback de información a través de reuniones con los gremios, entidades públicas e internamente con ProChile, siendo lo más relevante lograr diferenciarse de los países vecinos, personalizar el diseño y que funcionara en los 3 grandes mercados: Estados Unidos, Europa y Asia; que este diseño fuese flexible para adaptarse a los diferentes gremios y necesidades de exhibición, logrando un equilibrio entre el espacio del stand, privacidad e imagen de los expositores; importancia del uso de la tecnología y la imagen país; mejorar la sustentabilidad.
- Trabajo conjunto con Fundación Imagen de Chile para construir y fortalecer una identidad única y competitiva de Chile.
- Estrategias de diseño: Lograr visibilidad a distancia en los pabellones para generar una fácil identificación de Chile; transmitir el relato país; mejor la experiencia y funcionalidad en los pabellones o stand; generar una matriz de diseño más sustentable.
- Conceptualización: Del compromiso de marca, se seleccionó la frase *“Somos como el territorio que habitamos: diverso, movedido, siempre mirando más allá de nuestros límites”*, lo que se representa con la cordillera de Los Andes. Se empezó a conceptualizar la geometría para que la cordillera apareciera en los pabellones.

- Referencias: Se buscaron referencias mundiales sobre materiales más sustentables, más livianos
- Formatos: Generación de 3 tipos de stand: Meeting Point, Stand Colectivo y Pabellón País. Los cuales tienen como componentes: Placa, Montañana, Unidades y Marca, que permitan montar un sistema de cordillera que estará a una altura mayor que los booth normales de los otros países. Se mostraron fotografías del formato Pabellón País, utilizado en la feria Seafood Expo Global en Barcelona; del formato stand colectivo, utilizado en la Feria del Libro de Bolonia y modelo 3D del formato Meeting Point.
- Aportes del nuevo diseño, logros y lo que se debe mejorar
- Visualización de videos sobre montaje y desarrollo de la Feria Seafood Expo Global, Barcelona.

La secretaria ejecutiva dio espacio para consultas.

Vicente Astorga indicó que le parece un muy buen trabajo, dio sus felicitaciones y consultó ¿Cómo se le da espacio a la marca particular cuando hay varias empresas participantes, junto con la marca país? y ¿Cuánto tiempo se demora la coordinación?

Macarena respondió que, respecto de las marcas, se debe realizar una jerarquía: arriba está el país y abajo en cada stand había otros elementos de señalética como pantallas Led secundarias donde los participantes pueden desplegar su información. En el caso de los libros es distinto, pues se trabaja con una gran gráfica de ilustración que se presenta en el pabellón. Actualmente, se prefiere que sea todo digital, no estático, siendo uno de los mayores aciertos, los videos de gran formato.

María Julia Riquelme complementó que fue un gran acierto transformar el material impreso a Led digital, da la opción de poder mostrar toda la industria en su extensión, con su oferta, packaging, además, de imagen país en general. Se ve un país más moderno, el pabellón llamó la atención de los visitantes y expositores, pues fue el único que tenía solo pantallas Led. Además, en temas de presupuesto no es más costoso, pues se trabaja con licitaciones modulares en conjunto por zona geográfica, lo cual hizo bajar los costos.

Francisca Saavedra agregó que, dependiendo del tipo de formato de la feria es como se implementa la marca privada. En un pabellón país, en que cada empresario paga su cuota de participación, tiene su pantalla led, su logo, su gráfica, su nombre muy presente dentro de su espacio. En el caso del tipo Meeting Point, en que se comparten los metros cuadrados, también hay elementos de uso individual, pues la empresa también paga una cuota de participación, pero menor; va incluido su logo, nombre, etc. teniendo ciertos elementos de uso exclusivo. En el caso de las ferias del libro, al ser un stand colectivo, las editoriales no pagan por participar en la feria, entonces solo se trabaja la imagen país. Con este sector, se contrata una ilustradora y estas ilustraciones se animan para estas grandes pantallas led. Acerca de los tiempos, y tomando como ejemplo la feria CPHI, que es en octubre, ya se está cotizando el diseño, por lo tanto, los tiempos de trabajo para las ferias son alrededor de 6 meses de anticipación.

A continuación, Pía Barros felicitó por el nuevo diseño, señaló que le pareció muy bonito, práctico y sustentable, destacando el uso de pantallas led. Se refirió a las ilustraciones, señalando que, si bien para las ferias del libro funciona, para las empresas de alimentos no es representativo.

Posteriormente Ignacio Caballero agradeció la propuesta presentada y preguntó ¿Cómo funcionaría esta propuesta en una cenefa colgada? Sobre las vistas laterales de las montañas al ser solo en 2D, al verlas desde el lado opuesto, no se ve nada, ¿hay una propuesta de mejora para eso? Al ser un diseño circular, ¿cómo se resuelve el tema de los espacios muertos? Y pidió aclarar los costos de las pantallas led.

Macarena respondió que estratégicamente no se utiliza la cenefa en este diseño, pues parte del desafío era innovar, y lo que se exponía en esta cenefa se llevó a las pantallas y la cordillera debiera quedar hasta más arriba de la cenefa en términos de altura y distancia, por eso desde que se viene caminando desde fuera, se logró ver en forma bien concreta que allá está Chile, pero tal vez debamos ponerla más arriba, hay cosas que estamos definiendo. Al respecto de la marca, la estamos potenciando en los cuatro sentidos, en todos lados y tal vez con letreros independientes en los pasillos, y estamos desarrollando con Francisca las mejoras al manual. Sobre las curvas y los espacios muertos, tienen una funcionalidad, pues se han destinado a espacios de bodegaje para los expositores. Respecto de los costos, efectivamente las pantallas son más caras, no se compran, es arriendo, pero este modelo no tiene tabique, es una estructura extremadamente liviana, que no tiene muros, ahí estuvo el ahorro en metros cuadrados para poder cubrir el costo de las televisiones digitales.

Francisca Saavedra complementó la respuesta, indicando que las telas rojas no están colgadas a muros, si no desde el cielo del recinto ferial. Dentro del manual hay dos alternativas: colgando desde el recinto ferial (como en Seafood Expo Global) o también con una estructura autosoportante en el caso que la feria no permita instalar esta parrilla en la parte superior. Se refirió a la modalidad de feria señalada por Ignacio, la cual es una especie de Meeting Point a gran escala. Este nuevo sistema es como armar un lego, de acuerdo a los requerimientos que se tengan, serán los elementos que se ocuparán. Por el tema de costos, se pueden agrupar los procesos de montaje por mercado para abaratar costos y reutilizar elementos, pero también, considerar que la carpintería es mucho más cara que la tela, entonces como este pabellón no tiene muros ni divisores, la pantalla led sule ese costo. Al comparar esta feria y la versión anterior, considerando 500 m² aproximadamente, el costo fue menor que el año pasado.

María Julia agregó que el hecho de no tener la carpintería bajó enormemente los costos, además de agrupar las ferias y hacer una gran licitación, lo cual también contribuye a abaratar los costos.

Ignacio Caballero agradeció las respuestas y consultó si estaba contemplado dónde iría la marca sectorial ¿Cuál sería su rol en los stands?

Francisca respondió que es variable, que se puede conversar con cada marca al momento de participar en una feria, pero en la Seafood Expo Global participó Chile Mussel y se le dio una pantalla LED completa en el lateral del espacio de ProChile con su material continuo durante todos los días de la Feria y se

generó dentro de la inauguración del pabellón un cóctel con productos de ellos, mencionando que estaban presentes en la feria. Y la verdad es que resultó súper bien.

A continuación, Angélica Valenzuela comentó que le parece muy funcional el nuevo diseño, pero que le gustaría tener el manual de marca para revisarlo con más detalle. Mencionó que debiese hacerse más explícito el tema de la sustentabilidad, para darlo a conocer, tal vez aprovechando una de las pantallas. Agregó que lo único que no le gustó fue la cortina, tiene una apariencia antigua.

Macarena respondió indicando que las telas son vanguardistas hoy en día, hay algunas más inteligentes, en términos acústicos, flexibles y sustentables. Agregó que se está complementando el manual para tener alternativas y que esté lo más completo para responder a todos los gremios y a las diferentes ferias. La idea es sea una herramienta que pueda servir de guía.

Sin nuevas preguntas sobre los stands, la secretaria ejecutiva continuó con el programa e invitó a Andrés Gebauer, Jefe del Subdepartamento de Marketing a realizar su exposición sobre la Marca Chile

Andrés saludó a los presentes y comentó que, en conjunto con la Fundación imagen de Chile, se decidió impulsar una campaña que es para el uso de marca Chile, que la Fundación denomina *Made by chileans*, que consiste en un programa de uso de la marca país como sello de origen en productos, servicios, instituciones y eventos, a fin de vincular el origen de nuestros productos y servicios tanto en el mercado nacional como en el exterior. Se refirió a los requisitos básicos y cómo postular, además de cifras de empresas que actualmente usan la marca Chile. Finalizó su presentación solicitando a los consejeros y consejeras difundir entre sus asociados.

La secretaria ejecutiva dio espacio para consultas y comentarios.

Ignacio Caballero consultó por el uso de los slogans "*Creating future*", "*We care*" y continuidad de la marca "*Foods from Chile*".

Andrés respondió que actualmente se utiliza el concepto "*We care*", el cual se incluyó en los videos de Seafood Expo Global.

María Julia agregó que se está trabajando con el Ministerio de Agricultura sobre Foods from Chile, pues también hay un tema de presupuesto de por medio.

Intervino el Director de ProChile para señalar que es importante estar alineados en el uso de la marca para identificar el producto o servicio como chileno, finalidad de esta campaña que se está lanzando junto con Imagen de Chile.

María Julia señaló que se enviará un set de distintos instrumentos de promoción y marketing para que los consejeros y consejeras puedan comunicarlo a sus asociados y que se realizará una campaña en sitio web y redes sociales para difundir el uso de la marca.

El director de ProChile hizo un llamado a usar las redes sociales para apoyar esta campaña a fin de que más empresas se inscriban y utilicen la marca Chile.

La secretaria ejecutiva agradeció las interesantes presentaciones, todos los comentarios recibidos, y señaló que se enviarán las presentaciones por correo electrónico.

Enlace del vídeo de esta sesión:

https://direconchile-my.sharepoint.com/:v:/g/personal/dtoro_prochile_gob_cl/Eehbg6Wtr8Nltvop6vTCs64BoSRDg121sCsasM5W6MEHkg?nav=eyJyZWZlcjJhbEluZm8iOncmVmZXJyYWxBcHAiOiJtdHJlYW1XZWJBcHAiLCJyZWZlcjJhbFZpZXciOiJTaGFyZURpYWxvZy1MaW5rliwicmVmZXJyYWxBcHBQbGF0Zm9ybSI6IldlYiIsInJlZmVycmFsTW9kZSI6InZpZXcifX0%3D&e=JLnP7w

Se da por finalizada la sesión a las 11:48 hrs.



VICENTE ASTORGA PIZARRO

Presidente

Consejo de la Sociedad Civil de ProChile



EVELYN GATICA GUEICO

Secretaria Ejecutiva

Consejo de la Sociedad Civil de ProChile