



Resultados 2019

Área de Comunicaciones



ACHIPIA
Agencia Chilena para la Inocuidad
y Calidad Alimentaria

Febrero 2020

Índice

Comunicaciones en Cifras: Resumen resultados 2019	2-3
1. La Agencia	4
2. Organización	
3. Objetivos del área de comunicaciones planificación y gestión	
4. Presupuesto del área	
5. Líneas estratégicas 2018 -2022	5
6. Educación Alimentaria por la vía comunicacional	6
6.1. Comunicación permanente y la generación de confianza	
6.2. Comunicación en tiempos de crisis	
6.3. ¿Por qué hablamos de educación alimentaria?	
7. Resultados 2019	7
7.1. Nuevas herramientas comunicacionales: 4 productos nuevos	
7.2. Apoyo a actividades comunicacionales de otros actores del sistema de inocuidad	
7.3. Participación en actividades de promoción para la educación alimentaria	
7.3.1. Los Frutantes y el concurso Vittorio Cintolesi: Música para los niños y niñas de hoy	
7.3.2. Postulación a FNDR 6% de cultura como método para llegar a las escuelas	
7.4. Día Mundial de la Inocuidad Alimentaria	
8. El Modelo Comunicacional y Educativo de ACHIPIA se consolida	12
8.1. Costa Rica: Taller de hermanamiento	
8.2. El Modelo se presenta en la International Food Safety Conference 2019, Guayaquil Ecuador	
8.3. Proyecto Chile-Ecuador	
8.4. Alemania: Instituto Federal de Evaluación de Riesgos	
9. Material de análisis que otros países buscan replicar: Inoticias	15
10. Cifras relevantes del trabajo comunicacional	15
11. Desafíos 2020	17
12. Anexos	18



Resumen resultados 2019

El informe de resultados del área de comunicaciones busca registrar todo el trabajo realizado en el contexto de sus objetivos, vinculados con la comunicación para la reducción de riesgos alimentarios, además del apoyo que presta a las demás áreas constitutivas de la Agencia y a los gestores de riesgo.

La labor comunicacional de Achipia se enmarca en el modelo de análisis de riesgos¹ que consta de 3 etapas: evaluación de riesgo, gestión de riesgo y comunicación de riesgo. Las etapas de evaluación y comunicación son realizadas por la Agencia y contribuyen a generar la coordinación entre los actores del Sistema Nacional de Inocuidad y Calidad Alimentaria². A partir de lo anterior, el quehacer en materia de comunicación cobra especial relevancia e implica, esfuerzos, tareas y acciones que no siempre están asociadas a suficientes recursos económicos. Es por ello por lo que los procesos creativos, que han caracterizado la labor de comunicaciones, siguen cobrando especial valor y han permitido que parte importante de las herramientas construidas sean obra íntegra de la Agencia. Así, el área contribuye a la impronta que caracteriza al equipo; Un grupo humano de mucho profesionalismo y compromiso y con ganas de hacer cosas diferentes. Ante las limitantes presupuestarias e institucionales se ha impuesto la originalidad y la innovación en la forma de tratar la comunicación de riesgos y ha permitido que, a partir de ella, se estrechen lazos y se generen trabajos conjuntos entre entidades educativas, gobiernos locales, organismos internacionales e incluso instituciones afines de otros continentes.

El abordaje de la educación alimentaria a partir de didácticas educativas no formales³, orientada en gran medida a niños y niñas, se ha realizado a partir del desarrollo de acciones creativas. Se ha intentado entrar en el imaginario infantil y desde allí trabajar el cambio de hábitos alimentarios y la percepción del riesgo. Este es un trabajo de largo aliento y que poco a poco ha ido concentrando adeptos. Las herramientas construidas buscan ser un apoyo a la labor pedagógica y también una contribución al trabajo de los gestores de riesgos.

Con un presupuesto de \$4.500.000, durante 2019 (\$5.500.000 menos que el 2018) creamos 4 herramientas educativas más; escribimos 240 notas de prensa sobre actividades en las que participó u organizó ACHIPIA; elaboramos 66 Inoticias (boletines que recopilan todas las noticias de inocuidad y calidad alimentaria que se publican a diario y que permiten generar análisis sobre percepción de riesgo en medios de comunicación y que ya suman 145 desde que iniciamos este trabajo en 2018); se realizaron 48 programas radiales (inocúdate con ACHIPIA), llegando a 120 programas desde el inicio de la actividad en el año 2017; 4 artículos de prensa fueron publicados en diarios de circulación nacional y 4 insertos pagados más uno gratis; visitamos más de 13 colegios

¹ Metodología sistemática y estructurada para la adopción de una posición o de medidas en respuesta a un riesgo determinado en inocuidad o calidad alimentaria.

² Corresponde al conjunto de actores institucionales, públicos y privados, coordinados y articulados en forma sistémica por la Agencia Chilena para la Inocuidad y Calidad Alimentaria (Productores, industria alimentaria, instituciones de fomento, universidades y centros de investigación, consumidores y organismos fiscalizadores del Estado)

³ la educación no formal es definida como toda actividad educativa, organizada y sistemática realizada fuera del marco del ámbito oficial, para facilitar determinadas clases de aprendizaje a subgrupos particulares de la población.

Resultados 2019 Área de Comunicaciones

para trabajar talleres y juegos sobre materias de inocuidad y alimentación saludable con 1.150 estudiantes; estuvimos presentes en 4 ferias y eventos de índole alimentaria; fuimos llamados para mostrar nuestro trabajo y hacer capacitación en 3 países: Costa Rica, Ecuador y Alemania; fueron publicados 6 artículos escritos por miembros de ACHIPIA en revistas especializadas; nuestro Facebook cuenta con 8.279 seguidores (no pagamos su gestión) sólo en el año 2019 sumamos 869 seguidores más. Nuestro twitter llega a los 5.326 seguidores. En el año 2018, teníamos 4.587, es decir, hemos sumado 739 y hoy nuestra cuenta de Instagram, alcanza los 2.040 seguidores, 906 seguidores más que en el año 2018. Nuestra cuenta de linkedin tiene 623 seguidores. Los Frutantes, banda de música nutritiva, se presentó en 15 oportunidades, incluyendo el Festival Internacional Lollapalooza y ganó el premio a mejor canción infantil del año 2019, entregado por la Sociedad Chilena del Derecho de Autor, SCD. Postulamos a un Fondo (FNDR 6%), y nos lo adjudicamos y esos dineros le permitieron a los colegios de la comuna de Santa María, poder adquirir equipos para el desarrollo de eventos y capacitaciones.

Durante 2019 consolidamos un ámbito de gran importancia: el desarrollo de la capacitación y entrenamiento a otras instituciones en lo que respecta a nuestro modelo de comunicación de riesgos. Los Talleres que llevamos a cabo en Costa Rica, en Ecuador, bajo el proyecto del Fondo Chile y los últimos desarrollados en Alemania para el Instituto Federal Alemán de Evaluación de Riesgos, nos han permitido elaborar una metodología de capacitación en la temática comunicacional que tiene características propias.

Nuri Gras Rebolledo
Secretaria Ejecutiva de ACHIPIA

Claudio Canales Ríos
Coordinador de Comunicaciones
ACHIPIA

1. La Agencia

ACHIPIA es una comisión asesora presidencial que depende del Ministerio de Agricultura⁴. Tiene como objetivo coordinar a todos los actores de la cadena alimentaria, es decir, organismos del Estado, productores de alimentos, industria, universidades, centros de investigación y consumidores, aportando fundamentalmente en materias de evaluación y comunicación para la reducción de riesgos alimentarios, a través de instancias nacionales e internacionales de coordinación y herramientas para el análisis de riesgos.

2. Organización

ACHIPIA cuenta con un consejo de acuerdo con lo establecido en su Decreto de formación. Este consejo, que se reúne, al menos dos veces al año, está conformado por los siguientes miembros:

- Subsecretario/a de Agricultura
- Subsecretario/a de Salud Pública
- Subsecretario/a de Economía
- Subsecretario /a de Pesca
- Director/a de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales
- Representante del Ministerio Secretaría General de la Presidencia

La Agencia se organiza en 4 áreas de coordinación, las que son dirigidas por una Secretaria Ejecutiva que cuenta con un soporte administrativo. Las áreas de coordinación de la Agencia son las siguientes:

- Área de Soporte al Análisis de Riesgos
- Área de Vinculación con el Sistema de Fomento e I+D+i
- Área de Asuntos Internacionales
- Área de Comunicaciones

3. Objetivo del área de comunicaciones

Posicionar y relevar el quehacer de la Agencia, tanto a nivel interno como a nivel de audiencias y actores del Sistema Nacional de Inocuidad y Calidad Alimentaria, desarrollando iniciativas basadas en la creatividad que permitan el establecimiento de alianzas y coordinaciones con entidades públicas y privadas, contribuyendo de esta forma a la reducción de riesgos alimentarios.

4. Presupuesto y conformación del área

El presupuesto del área para el año 2019, fue de \$4.500.000.- Los que se gastaron fundamentalmente en insertos de prensa (\$1.000.000) y en la organización del día mundial de la inocuidad alimentaria (\$3.500.000). El resto del

⁴ Decreto N°83 de octubre 2005 del Ministerio Secretaría General de la Presidencia, modificado por el Decreto N° 162 del año 2011.

Resultados 2019 Área de Comunicaciones

trabajo de gestión y creatividad fue desarrollado por el equipo, generando un gasto mínimo, a partir del desarrollo de iniciativas propias.

Conformación del área: En el área trabajan 4 personas: Tomás Vio, Periodista; Nilsson Carvallo, Diseñador Gráfico, Eduardo Espinosa, Periodista y Claudio Canales, Administrador Público y Coordinador.

5. Líneas estratégicas 2018-2022

Para el período, se establecieron las líneas estratégicas⁵ que definen las prioridades en el quehacer de la Agencia, considerando los ejes ministeriales:

Línea estratégica	Acciones
Consolidar un marco institucional del Sistema Nacional de Inocuidad y Calidad Alimentaria (SNICA) en lo político, administrativo y jurídico.	Difundir y monitorear la política nacional de inocuidad y calidad alimentaria. Crear convenios intra y extra ministeriales para instalar arreglos institucionales en el SNICA
Consolidar la metodología de análisis de riesgos como eje funcional y organizacional del SNICA.	Lograr que sea el mecanismo oficial de evaluación de riesgo en el sector normativo fiscalizador. Desarrollar sistemas preventivos basados en riesgo en el sector productivo (resoluciones sanitarias, aseguramiento de la calidad para MIPYMES etc..)
Promover un SNICA habilitante a través del desarrollo de estándares y sistemas para el sector productivo (especialmente MIPYMES) de formación y analítico.	Poner en marcha el Sistema Nacional de Trazabilidad. Poner en marcha el Sistema Nacional de Laboratorios Especializados de Alto Estándar. Implementar las iniciativas habilitantes en inocuidad y calidad alimentaria Diseñar un Programa de Apoyo para la Obtención de Resoluciones Sanitarias
Potenciar la investigación y desarrollo tecnológico en el SNICA.	Vincular la acción de la Agencia con instituciones de referencia internacionales. Crear una agenda de investigación coordinada con la Red Científica
Promover una Cultura de Inocuidad en el SNICA como una política pública.	Desarrollar un modelo de cultura de inocuidad para el sector productivo nacional Incorporar de la cultura de la inocuidad en la educación pre-escolar y escolar de Chile en alianza con MINEDUC y Explora CONICYT.
Fortalecer la presencia de Chile y su SNICA en el mundo a través del Codex Alimentarius, la cooperación y la armonización de la legislación internacional.	Coordinar la implementación de FSMA Coordinar la mesa de trabajo para Equivalencia de Sistemas.
Fortalecer la comunicación del riesgo al interior del SNICA.	Nuevas herramientas comunicacionales Apoyar las actividades comunicacionales de otros actores del Sistema como MINSAL. Participación en las actividades de promoción para la educación alimentaria

⁵ Presentación "Jornada Estratégica MINAGRI", Agencia Chilena para la Inocuidad y Calidad Alimentaria, junio 2018.

Para el área de comunicaciones, fueron definidas 3 acciones fundamentales, las cuales permitirían el fortalecimiento de la comunicación de riesgo. Este informe dará cuenta de lo realizado en función de este mandato.

6. Educación alimentaria por la vía comunicacional

La estrategia comunicacional de la Agencia separa la comunicación para la reducción de riesgos alimentarios en dos momentos: 1) comunicación permanente y 2) comunicación en tiempos de crisis.

6.1. Comunicación permanente y la generación de confianza: Se refiere al desarrollo de iniciativas que permitan la generación de confianza y por tanto presencia en las audiencias de interés. De acuerdo a la experiencia internacional en esta materia, **la construcción de herramientas educativas** permite el aprendizaje basado en el autocuidado, en el desarrollo de pensamiento crítico en torno a la materia y en la incorporación de mensajes a partir de la construcción de experiencias que vayan modificando los hábitos alimentarios de la población.

6.2. Comunicación en tiempos de crisis: Está más vinculada con el concepto oficial de “comunicación de riesgo” y se desarrolla bajo los parámetros establecidos por los organismos oficiales en esta materia, sin embargo, su efectividad va de la mano con el trabajo diario que se realiza en la comunicación permanente que permite “entrar” en los espacios de las personas y ser reconocidos por éstas como interlocutores válidos para apoyar la gestión de una crisis alimentaria. Fundamentalmente la acción aquí se centra en el apoyo a los gestores de riesgo.

6.3. ¿Por qué hablamos de educación alimentaria?

La educación alimentaria involucra aspectos de inocuidad⁶. En términos pedagógicos resulta de especial relevancia generar una integración de factores a la hora de entender nuestra relación con los alimentos para la modificación de nuestra percepción de riesgos. Por ello la mirada en torno a nutrición, inocuidad, actividad física, ciencia, medioambiente e inclusión social, debe ser integradora con el objetivo de entender que todos estos factores (y otros más) influyen en los estilos de vida y concentran posibles riesgos, generando consecuencias positivas o negativas a nivel individual y/o colectivo.

El abordaje de la educación alimentaria desde la Agencia ha considerado la integración de disciplinas que dirijan su accionar desde lo lúdico, abordando la percepción de riesgo en el imaginario colectivo; la fantasía y el juego⁷. Por tanto, el Área de Comunicaciones de la Agencia aborda el desarrollo de didácticas para la educación no

⁶ La inocuidad alimentaria es un concepto importante y muy dinámico: una práctica que hoy parece inocua es probable que mañana no lo sea. Avanza de acuerdo con el avance de la ciencia y por tanto de la educación y del pensamiento crítico.

⁷ Esto no quiere decir que la Agencia no desarrolla iniciativas de otra naturaleza. De hecho, las áreas de soporte al análisis de riesgo y vinculación al sistema de fomento productivo e I+D+i, abordan aspectos desde una visión más técnica y formal, que permite la construcción de institucionalidad en la materia.

formal, que son de gran importancia en la construcción de una integralidad en la enseñanza⁸. Achipia explora la música, el juego y el baile como formas de generar material educativo que pueda ser utilizado tanto por familias, empresas y/o por educadores/as en los espacios que regularmente se entienden como de “esparcimiento” o “entretenimiento”.

La integración en el término “educación alimentaria” también ha permitido que la Agencia estreche lazos con diversos organismos públicos y privados con políticas o intenciones afines. Esto permite fortalecer la coordinación, dado que la Agencia ofrece herramientas que pueden estar disponibles para la generación de alianzas, no necesariamente vía convenios como suele ocurrir en la Administración Pública, si no a partir del trabajo diario.

Lo anterior ha sido posible, gracias a que la conformación de la Agencia facilita los procesos creativos, permitiendo abordar la temática alimentaria desde plataformas poco convencionales, dando cabida a herramientas educativas que se espera seguir consolidando en el futuro.

7. Resultados 2019

7.1. Nuevas Herramientas Comunicacionales: 4 productos comunicacionales nuevos

Durante el año 2019, fueron creadas, 4 nuevas herramientas educativas que tienen como objetivo apoyar la comunicación para la reducción de riesgo alimentario, desde la educación, a través de la integración multidisciplinar. Parte importante de las herramientas, han sido creadas para que sean utilizadas como material pedagógico y comunicacional.

Las herramientas⁹ son las siguientes:

1. Nano Series
2. Nuevo Hacer-Conciencia
3. Canción para el lavado de manos
4. Fichas informativas Análisis de Riesgo, SILA

Esto, permitió que a la fecha ACHIPIA cuente con 16 herramientas para apoyar la educación alimentaria, las cuales se encuentran a disposición de organismos gestores de riesgo, entidades públicas y privadas, colegios, ferias y eventos.

⁸ Disciplinas educativas como Waldorf o Montessori, dan especial importancia al desarrollo de la enseñanza no formal, por medio de la experiencia y de la exploración de otras formas de percibir el mundo que nos rodea.

⁹ Para medios de verificación, fotografías y otros materiales, dirigirse a los anexos de este documento.

Resultados 2019 Área de Comunicaciones

A partir de estas herramientas se busca abordar la reducción de riesgos alimentarios, principalmente, a través del uso de disciplinas artísticas que contribuyan a modificar la percepción de riesgos alimentarios, desde lo lúdico. Durante el año 2019 se aplicaron, mejoraron y organizaron estas 12 herramientas a través del cuadro siguiente:

Empaquetamiento de las herramientas educativas de ACHIPIA

Difusión del concepto de inocuidad alimentaria con humor y originalidad	
Ciencia, conocimiento y alimentación	 
Arte y música como vehículo para abordar riesgos alimentarios	 
Información, difusión y tendencias en inocuidad alimentaria	  
Experiencias educativas en inocuidad y alimentación saludable	   

7.2. Apoyo a las actividades comunicacionales de otros actores del Sistema: 15 entidades públicas y privadas recibieron apoyo directo de ACHIPIA en actividades vinculadas a Educación Alimentaria por la vía de nuestras iniciativas.

El modelo comunicacional de ACHIPIA está concebido para que sus herramientas permitan a todos los actores públicos y privados visualizar en ellas un apoyo concreto a sus acciones vinculadas con inocuidad y calidad alimentaria. De esta forma ACHIPIA genera confianza y desarrolla una estrategia de comunicación de riesgos permanente, paralela a la comunicación en tiempos de crisis.

Por esta razón es que se le ha dado énfasis a la Educación Alimentaria, a las iniciativas creadas a partir del modelo comunicacional. Para lo anterior el desarrollo de procesos creativos ha sido fundamental.

Los Principales apoyos realizados a otras entidades

Institución	Descripción apoyo
Ministerio de Salud	Elaboración de comunicados y folletería sobre marea roja (porta documento certificado) Apoyo para el desarrollo de acciones comunicacionales en educación permanente para abordar los fenómenos de marea roja.
Subsecretaría de Pesca y Acuicultura	Apoyo al desarrollo de una estrategia comunicacional para la promoción del consumo de pescados y mariscos. .
Comisión Nacional de Riego	Creación de juego "la carrera del agua" adaptado desde la carrera de la inocuidad
Oficina de Estudios y Políticas Agrarias.	Creación de campaña "No todo es miel sobre hojuelas" consejos para identificar miel adulterada
Agrocalidad (Ecuador) Fondo Chile	En el marco del proyecto fortalecimiento del sistema nacional de inocuidad y calidad alimentaria del Ecuador, adjudicado por ACHIPIA y ejecutado por el Área de Soporte al Análisis de Riesgo, el Área de Comunicaciones, realiza capacitación bajo la nueva metodología de entrenamiento en comunicación de riesgos diseñada por el equipo.
Servicio Agrícola y Ganadero, SAG	Desarrollo de jornada de capacitación en el diseño de estrategias comunicacionales creativas.
Municipalidad de Santa María	Desarrollo de actividades en torno a Educación Alimentaria. Presentación de Los Frutantes, Música Nutritiva
Municipalidad de Melipilla	Desarrollo de actividades en torno a Educación Alimentaria. Presentación de Los Frutantes, Música Nutritiva
Municipalidad de Peñalolén	Desarrollo de actividades en torno a Educación Alimentaria. Presentación de Los Frutantes, Música Nutritiva, postulación conjunta con el municipio al FNDR 6%
Municipalidad de Litueche	Desarrollo de talleres sobre lavado de manos "la extraña caja de Karen" y el juego de la inocuidad a 150 niños y niñas del Liceo Municipal de Litueche
Festival Internacional de Innovación Social, FIIS 2019	Desarrollo de actividades en torno a Educación Alimentaria. Presentación de Los Frutantes, Música Nutritiva
Ministerio de Economía, Comercio e Industria, Costa Rica	Desarrollo de talleres para la comunicación de riesgo alimentario
Instituto Federal Alemán de Evaluación de Riesgo, BfR	Desarrollo de trabajo colaborativo para el traspaso de la experiencia chilena en el desarrollo de estrategias comunicacionales creativas al Departamento de Comunicación de Riesgos del BfR.

7.3. Participación en las actividades de promoción para la educación alimentaria

ACHIPIA a partir de sus actividades educativas ha generado un apoyo constante a Políticas Públicas vinculadas con materias de alimentación y estilos de vida saludable. Para ello, el modelo comunicacional educativo ha generado propuestas que buscan integrarse a la oferta artística y cultural del país, haciendo posible la postulación a fondos que permitan su despliegue a nivel nacional.

Durante 2019 el proyecto "Frutantes" se presentó en 15 establecimientos educacionales y/o eventos con orientación infantil. A la fecha el proyecto ha sido visto y compartido por más de 60.000 espectadores en su mayoría niños y niñas.

7.3.1. Los Frutantes y el Concurso Vittorio Cintolesi: Música para los niños y niñas de hoy

Durante 2019, el proyecto frutantes se hizo acreedor del premio “mejor canción infantil” en el concurso Vittorio Cintolesi, organizado por la Sociedad Chilena del Derecho de Autor, SCD. Esto permitió que un tema de Los Frutantes estuviese incluido en un disco lanzado por la SCD.

7.3.2. Postulación a FNDR 6% en conjunto con las Municipalidades como método para llegar a las Escuelas.

Con el fin de contribuir a la disminución de los costos, humanos, sociales y económicos, asociados a la alta tasa de Enfermedades Crónicas No Transmisibles (diabetes, hipertensión, etc.) y de las Enfermedades Transmisibles se realizó nuevamente esta postulación al FNDR 6%. En esta oportunidad la Municipalidad de Santa María en la Región de Valparaíso obtuvo los fondos y la Agencia apoyó la labor a partir de sus herramientas educativas.

7.4. Día mundial de la Inocuidad Alimentaria

El 20 de diciembre de 2018 la Asamblea de Naciones Unidas aprobó la resolución 73/250 que establece el Día Mundial de la Inocuidad Alimentaria. En Chile se celebró en el Mercado Central de Santiago y asistieron el Subsecretario de Agricultura Alfonso Vargas, Nuri Gras, Secretaria Ejecutiva de ACHIPIA, Maya Takagi, líder del programa regional y oficial a cargo de FAO Chile, Mario Cruz-Peñate, representante de OPS/OMS Chile, Francisca Aguirre, jefa del departamento de Nutrición y Alimentos de MINSAL, Jeanette Vollaire, epidemióloga de la SEREMI de Salud y Eduardo Becker, Director Ejecutivo (s) de CIREN.

En la oportunidad, las autoridades presentes compartieron con las personas que trabajan en el lugar entregándoles información relevante para su actividad, como volantes y afiches donde se detallan las 5 claves de la Inocuidad Alimentaria. Fue un encuentro ciudadano donde transeúntes y locatarios conversaron con las autoridades que hicieron un recorrido por el lugar, visitando restaurantes y locales de venta de frutas, pescados y mariscos.



Nuri Gras, Secretaria Ejecutiva de ACHIPIA, junto a locatarios y garzones del Mercado Central

Con la participación de los organismos gestores de riesgo (MINSAL, SAG, SERNAPESCA) se elaboró una campaña comunicacional digital para ser difundida por redes sociales, donde el foco se centra en las 5 claves de la inocuidad alimentaria, recomendadas por la Organización Mundial de la Salud, OMS, y por la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, FAO.

Los enlaces para ver los videos desarrollados en el marco de la campaña son los siguientes:

<https://www.youtube.com/watch?v=9F0v9YFNXfM>

<https://www.youtube.com/watch?v=GgFydfJnMa4>

Además, el Área de Asuntos Internacionales en conjunto con el Área de Vinculación con el Sistema de Fomento Productivo, Investigación, Desarrollo e Innovación, organizaron seminarios temáticos en el contexto de este día. Dichos seminarios pueden verse en el siguiente clip:

https://www.youtube.com/watch?v=8_G_-M6GHes

Cabe destacar que el Área de Asuntos Internacionales realizó un muy buen video en el marco de la promoción del día mundial de la inocuidad para que éste fuese proclamado. El enlace del video, a continuación:

https://www.youtube.com/watch?v=ehwQIi_kDN8

8. El Modelo comunicacional y educativo de ACHIPIA se consolida

Durante 2019, el modelo de comunicación para la reducción de riesgos alimentarios se siguió consolidando y comenzó a difundirse en diversos ámbitos nacionales e internacionales. Algunos de los más destacados fueron:

8.1. Costa Rica: ACHIPIA es invitado por el MEIC a realizar un Taller con énfasis en evaluación y comunicación de riesgo.

En abril de 2019 y en el marco de la cooperación Sur-Sur que lidera la AGCID (Agencia Chilena para la Cooperación Internacional y el Desarrollo) y en un trabajo conjunto entre el Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica (MEIC) y la ACHIPIA, se desarrolló este Taller de capacitación sobre Evaluación y Comunicación de Riesgo.

El taller fue impartido por dos profesionales de la Agencia; Constanza Vergara del Área de Asuntos Internacionales y de Soporte al Análisis de Riesgo y Claudio Canales, Coordinador del Área de Comunicaciones, Planificación y Gestión de la Agencia.



Los participantes del taller realizado por ACHIPIA en Costa Rica, trabajan en las dinámicas para la creación de estrategias comunicacionales locales.

8.2. El Modelo se presenta en la International Food Safety Conference 2019, Guayaquil Ecuador

El 18 y 19 de septiembre 2019, organizada por NSF internacional, se dio cita en Guayaquil una de las conferencias más importantes en materia de inocuidad alimentaria. ACHIPIA fue invitado para mostrar su trabajo en materia de evaluación y comunicación de riesgos alimentarios.



Presentación del modelo de comunicación de riesgos de ACHIPIA en la International Food Safety Conference 2019.

8.3. Proyecto Chile-Ecuador: Capacitación y entrenamiento en estrategias comunicacionales para la reducción del riesgo alimentario.

En el marco del Proyecto “Fortalecimiento del Sistema Nacional de Inocuidad y Calidad Alimentaria del Ecuador” al que postulara ACHIPIA por medio del Área de Soporte al Análisis de Riesgo, Comunicaciones participó impartiendo un taller de capacitación el día 13 de septiembre de 2019. Eduardo Espinosa, expuso: «Aportando a la Reducción de Riesgos Alimentarios: La Experiencia de ACHIPIA», dirigido a los profesionales del área de comunicaciones, participaron entre otros, personal de AGROCALIDAD, ARCSA, Ministerio del Ambiente y representantes de la Industria y la Academia. El objetivo del taller fue mostrar el modelo comunicacional creado por el equipo del área de comunicaciones de la agencia, basado en el desarrollo de herramientas educativas, generadas a partir de la inclusión de procesos creativos que mezclan música, juego, baile y humor. Luego se realizó un taller práctico, donde los participantes tuvieron que desarrollar una estrategia comunicacional ocupando las herramientas aprendidas en el seminario.



Eduardo Espinosa, Profesional del Área de Comunicaciones, imparte el Taller en Quito, Ecuador

8.4. ACHIPIA es invitado a exponer su modelo de comunicación de riesgo al Instituto Federal Alemán de Evaluación de Riesgo.

En el marco de un memorándum de entendimiento entre el Instituto de Evaluación de Riesgos de Alemania (BfR) y la Subsecretaría de Agricultura, a través de ACHIPIA, parte del equipo de la Agencia fue invitado a mostrar su experiencia en el desarrollo de procesos creativos para la comunicación en reducción de riesgo alimentario.



De arriba a abajo (izq. a der.): Frederic Muller, Nicole Gollnick, Andreas Hensel, Patrick Scwericke, Betina Dabroski, Nuri Gras, Claudio Canales, Torsten Herold.

9. INOTICIAS: material de análisis que otros países buscan replicar

Durante 2019 se continuó trabajando en el desarrollo de este material para el análisis de medios en torno a materias de inocuidad y calidad alimentaria. Esta recopilación de noticias nacionales e internacionales se denominó INOTICIAS. Esta actividad ha sido evaluada incluso por entidades extranjeras para ser replicada.

10. Cifras relevantes de la acción comunicacional

1. Número de apariciones en prensa y artículos: 10 (incluye insertos, artículos y editoriales)
2. Número de notas de prensa: 240
3. Número de Inoticias Publicados: 145
5. Número de programas radiales realizados: 48
6. Número de seguidores en Facebook: 8.279
7. Número de seguidores en Twitter: 5.326
8. Número de seguidores en Instagram: 2.040
9. Número de visitas a la página web: 87.000
10. Número de ferias en las Achipia participó: 4
11. Número de colegios visitados (comunales): 6 colegios 1 Liceo comuna Santa María Litueche 1 colegio
12. Número aproximado de estudiantes que vivieron las herramientas educativas: 1.150
13. Número de publicaciones diagramadas 12
14. Número de avisos publicados 12
15. Número de piezas gráficas realizadas: 127 divididas en:
 - Banners: 16
 - Redes Sociales: 53
 - Pendones/lienzos: 21
 - Afiches/Fichas: 21
 - Folletos/Carpetas: 7
 - Invitaciones 11
 - Merchandising 11
 - Presentaciones 8

Resultados 2019 Área de Comunicaciones

16. Número de videos: 11
17. Número de campañas realizadas (para Achipia y otras instituciones) 7
 - CCLAC – CHILE ECUADOR – MIEL – DIA MUNDIAL
 - Campaña y logo día mundial de la inocuidad alimentaria
 - Campaña Miel (indap, odepa, sag)
 - Construcción de juego para CNR y asesoramiento para actividades
 - Canción para Forestin e invitación a Lollapalooza 2019 (CONAF)
 - MINSAL (marea roja. Elaboración de portadocumentos y supervisión campaña)
18. Número de talleres realizados: 6
 - Ecuador, Quito (Eduardo)
 - Ecuador, Guayaquil (International Food Safety Conference 2019)
 - Costa Rica
 - Taller realizado al SAG
 - Invitación y presentación Alemania (Mayo de 2019)
 - Presentación realizada a Honduras
19. Nuevos productos: 4
 - Nanoserries,
 - Nuevos Hacer-Conciencia,
 - Nueva Canción Lavado de Manos
 - Nuevas Fichas informativas – Ficha Análisis de Riesgos – Sitio SILA
20. Número de presentaciones de Los Frutantes: 15

11. Desafíos 2020

Para el año 2020, los Desafíos estarán centrados en continuar profundizando el apoyo que ACHIPIA puede entregar a los gestores de riesgo y también a los demás servicios del sector alimentario; seguir consolidando la impronta comunicacional basada en procesos creativos, motivada por su particular cultura organizacional. En este sentido y siguiendo las líneas estratégicas y acciones establecidas para el período 2018-2022. Los Desafíos 2019 para el área son los siguientes:

Línea estratégica	Acción	Desafíos 2019
Fortalecer la comunicación de riesgos al interior del SNICA	Nuevas Herramientas Comunicacionales	- Adaptar las herramientas educativas a las necesidades de los gestores de riesgo. - Lanzamiento de nuevas temáticas ligadas a ciencia y alimentos - Aportar en materia comunicacional en torno a nuevas tendencias priorizadas (Resistencia Antimicrobiana, por ejemplo) - Obtener los recursos para ello, es un gran desafío
	Generar un monitor de consumidores e inocuidad alimentaria para mejorar las estrategias de comunicación Apoyar el desarrollo de talleres de cooperación con otros países y entidades que quieran trabajar el modelo de ACHIPIA. Apoyar el desarrollo de estrategias comunicacionales para otros actores del sistema.	- Trabajar el desarrollo de propuestas de planes estratégicos de comunicación de riesgos con las entidades ligadas a la gestión de riesgo alimentario. - Apoyar acciones comunicacionales de los servicios de MINAGRI en el marco de la austeridad y de la necesidad de compartir experiencias exitosas. - Generar propuestas para el trabajo conjunto entre actores del sistema tales como industria, pequeños productores y manipuladores de alimentos. - Generar intercambios de experiencias con entidades internacionales que pudiesen proyectar a la Agencia en este ámbito.
	Participación en las actividades de promoción para la Educación Alimentaria	- Profundizar trabajo regional en materia de educación alimentaria - Compartir e incluir en experiencias educativas a estudiantes y centros de estudios afines.