

FOODnyTT

ESPECIAL ANIVERSARIO • OCTUBRE 2007 • WWW.FCC.CL



FoodCorp S.A.

FOODCORP HOY

GERENTES Y JEFES DE AREA:
SU VISION DE NUESTRA EMPRESA

ANIVERSARIO

26 AÑOS APORTANDO
VALOR A NUESTRA COMUNA

NUESTRA GENTE

NUESTRO COMPROMISO
CON TRABAJADORES, COMUNIDAD
Y MEDIOAMBIENTE



Calidad para el mundo

La revista Foodnytt es parte de nuestro compromiso con la comunidad y el entorno que rodea a nuestra empresa y, al mismo tiempo, constituye el reflejo de los tiempos que se viven al interior de FoodCorp S.A. Este año hemos consolidado un crecimiento que comenzó el 2006, con la puesta en operaciones de nuevas plantas y nuevos procesos, lo que nos ha permitido seguir proyectándonos en la senda de los productos de alto valor.

No sólo somos una empresa basada en la comuna de Coronel, sino que somos parte de una gran compañía global relacionada con la pesca, presente en los principales polos pesqueros del mundo: Noruega, Perú y Chile, y estamos muy orgullosos de ser parte de esa organización.

Estos pilares productivos, cada uno con su propia idiosincrasia, fortalezas y proyecciones, comparte los mismos principios y la visión unificada de lo que deben ser sus operaciones, la que se resume en el concepto "Calidad para el Mundo". No hablamos sólo de calidad en nuestros productos y alimentos, sino de calidad de trabajo, de vida y, por supuesto, de nuestra relación con nuestros vecinos.

Nuestro desafío es seguir trabajando para estar a la vanguardia en la industria y continuar liderando en temas productivos, laborales y ambientales, pero no queremos correr solos la carrera, por lo que invitamos a las otras empresas pesqueras a que se sumen y trabajemos unidos en este y otros frentes.

Tenemos el convencimiento de que vendrán nuevas inversiones y proyectos para fortalecer aún más las líneas de consumo humano, lo que busca generar y consolidar puestos de trabajo más estables, mejor calidad en los productos y operaciones más amigables con el medio ambiente. Esa es también nuestra apuesta.

Andrés Daroch

Subgerente General FoodCorp S.A.



Quality for the world

Foodnytt magazine is part of our compromise towards the society and environment surrounding our Company and, at the same time, constitutes a reflection of our times at FoodCorp S.A.. This year we have consolidated the growth begun in 2006, starting with operation of new facilities and new processes, allowing us to continue our projection into the path of high value products.

We are not just a company based on the town of Coronel, but part of a global company related to fishing, present in the main fishing poles around the world: Norway, Peru, and Chile, and we are very proud of being part of this organization.

These productive pillars, each one with its own culture, strengths, and projections; share the same principles and the united vision of what operations must be, all driven by the vision "Quality for the World". We are not only speaking about quality of our products and foods, but quality of work, life, and of course, the relationship with our neighbors.

Our challenge is to continue working to be ahead of the industry and continue leading in productive, labor, and environmental issues. But we do not want to be alone, so we have invited other fishing companies to join us and work together in this and other fronts.

We are convinced that new investments and projects will come to strengthen the human consumption lines, seeking to generate and consolidate more stable job positions, better quality in the products, and operations friendlier to the environment. This is also our bet.

editorial



FoodCorp S.A.

De Noruega al Cono Sur de América

Nuestro éxito global en la industria pesquera pelágica es fruto del arduo trabajo que hemos realizado en 25 años de operaciones en un rubro caracterizado por su dinamismo y por sus diarios desafíos, los que no sólo se presentan en el mar que nos entrega nuestras materias primas, sino en las plantas en las que las procesamos cada día, siempre en busca de productos de excelencia.

Las habilidades que nos identifican como grupo pesquero residen esencialmente en nuestra capacidad para integrar compañías, crear sinergias y negocios de valor agregado. Nuestra principal motivación es seguir creciendo e incorporando tecnologías innovadoras, que nos permitan, por un lado, entregar los mejores alimentos y productos a nuestros clientes en el mundo entero y, por otro, crecer en armonía con los entornos en los que se ubican nuestras plantas de proceso, mientras desarrollamos operaciones respetuosas de la sustentabilidad de los recursos.

En Chile hemos estado presentes desde 1991. Conocemos este país, que tiene un especial significado para el grupo Austevoll Seafood, ya que precisamente acá se realizaron las primeras inversiones de nuestra compañía en el extranjero. Pese a la lejanía geográfica, nos llamó la atención el gran potencial chileno como país pesquero y, al mismo tiempo, la capacidad de su gente y la estabilidad de sus leyes e instituciones.

Valoramos lo que nuestro equipo chileno ha alcanzado en estos intensos pero fructíferos años de operaciones y estamos seguros de que todos estos logros y proyectos consolidados son una gran base para seguir realizando inversiones en este país, que también ha valorado nuestra cultura y nuestra forma de aportar en las comunidades en las que estamos insertos.

Austevoll Seafood y FoodCorp S.A. seguirán navegando hacia el crecimiento y el éxito, por lo que esperamos compartir muchas más buenas noticias con ustedes en el futuro.

Ole Møgster

Presidente del Directorio de FoodCorp S.A.



From Norway to the American South Cone

Our global success in the pelagic fishing industry is fruit of the hard work of 25 years of operation in an activity characterized by its dynamics and daily challenges, which not only happen at sea, that gives our raw materials, but in the facilities where we process every day, always seeking excellence in our products.

The skills that identify us as fishing group, rely mainly in our capacity to integrate companies, create synergies and added value businesses. Our main motivation is to continue growing and incorporating innovative technologies, allowing on one side, to manufacture the best food and products to our customers around the world, and on the other, to grow in harmony with the environment where our process facilities are located, while developing operations considering sustainability of the resources.

In Chile we have been present since 1991. We know this country that has a special meaning for the Austevoll Seafood Group; here we made our first investments abroad. In spite of the geographic distance, we were attracted by the great Chilean potential as fishing country, and at the same time, the capacity of its people, and the stability of its laws and institutions.

We appreciate what our Chilean team has achieved in these intense but fruitful years of operation and we are sure that every achievement and consolidated project constitutes an important base to continue performing investments in the country, who has also appreciated our culture and our way of contributing to the communities in which we work.

Austevoll Seafood ASA and FoodCorp S.A. will continue sailing towards growth and success, and we hope to share much more good news with you in the future.

Ole Møgster, Chairman of the Board.

índice

- 4 Esteban Urcelay, Gerente General de FoodCorp S.A.
- 8 Arne Møgster, Gerente General de Austevoll Seafood ASA.
- 11 Organigrama de la Compañía.
- 12 Andrés Daroch, Subgerente General de FoodCorp S.A.
- 14 Gustavo Izquierdo, Gerente de Operaciones.
- 16 Jorge Urrutia, Gerente de ChileFood.
- 18 Nuestro Aniversario. 26 años aportando a la Región y su gente.
- 22 Per Bjanes, Gerente de Flota, Cristián Piazzano, Jefe Plantas Consumo Humano, Marcelo Soto, Jefe Planta de Harina y su visión de nuestro negocio.
- 28 RSE, un compromiso corporativo.
- 31 La actividad del Comité Paritario, Prevención de Riesgos, Sindicatos y Area Deporte y Cultura.
- 38 Entrevista a Rodrigo Sarquis, Presidente de ASIPES.

Año I N° 1, Edición Aniversario
Octubre de 2007

Director Responsable

Andrés Daroch C.

Coordinación

Celia Aguilar S.

Diseño y Producción Periodística

Periodistas Asociados
www.periodistasasociados.cl

Fotografías

Claudio Cánovas • Archivo FoodCorp
Archivo Periodistas Asociados y
Gentileza Asipes.

Impresión

Valverde



| Esteban Urcelay, Gerente General de FoodCorp S.A. |

"queremos ser una empresa ejemplo en nuestro negocio"

FoodCorp S.A. está dando importantes pasos para consolidarse como una de las industrias de alimentos del mar más importantes de Chile, con mercados en prácticamente todos los continentes y maximizando sus operaciones no sólo en lo que se refiere a pesca extractiva -el tradicional motor de desarrollo de la pesca en Chile- sino también en el área de cultivos marinos.

Esa es la imagen que ha enmarcado las operaciones de la empresa en los últimos años y en base a la cual se trabaja hoy muy a conciencia. "En estos momentos estamos materializando las acciones que contempla nuestro plan estratégico. Logramos consensos y avances, los que se traducen, por ejemplo, en la apertura de la planta de congelados y la de tratamiento de riles, que desde el 1 de septiembre del 2006 cumple muy oportunamente las normas ambientales del Decreto Supremo 90. Las metas de crecimiento en el área de envasado y elaboración de mariscos y alimentos del mar es una vertiente de alta relevancia, que nos permitirá afianzar nuestro desarrollo futuro como empresa. Las ideas están claras y estamos muy empeñados en plasmar esta visión en nuestro trabajo de cada día", asegura con confianza el gerente general de FoodCorp, Esteban Urcelay.

Un escenario propicio

Tras los cambios en el marco regulatorio de la pesca, acontecidos a principios de la década en curso, la empresa afianzó aún más su vocación hacia la elaboración de productos

de consumo humano de gran calidad y hoy, junto a la clásica producción de harina de alto nivel, giran también los engranajes de las líneas de elaboración de conservas y, desde enero del año pasado, el pescado congelado. "Hoy estamos contentos con los LMC (Límites Máximos de Captura) y el ordenamiento del sector. Quedarse con la línea de producción de harina claramente no era suficiente. Sabíamos que la cuota estaría limitada y así será por los próximos años. El paso lógico que nos quedaba entonces era sacarle mayor valor agregado a estas escasas materias primas y el jurel es una que tiene las características como para poder hacerlo. Es una solución alimentaria de altísima calidad y será clave que desarrollemos una gama más amplia de productos en base al jurel. No queríamos quedarnos ni en la harina ni en las conservas, sino ir un poco más allá, con congelados y, el día de mañana, continuar con la elaboración de alimentos marinos de mayor valor. Esa es la tendencia", comenta el gerente, resumiendo lo que fue la génesis de la construcción y puesta en operaciones de la planta de congelados en Lo Rojas, Coronel.

Alimentos de alta calidad

Con la claridad de que los recursos pesqueros que se capturan en el mar son escasos y esquivos, FoodCorp abrió entonces una nueva veta comercial en 2004, con la compra de la marca Angelmó, bajo la cual hoy comercializa distintos productos del mar para consumo humano directo y de la más alta

calidad. "Bajo ese nombre y esa distintiva marca envasamos productos del mar que no son pescado, como por ejemplo choritos y otros mariscos de cultivos. En los últimos dos años hemos consolidado a Angelmó en los mercados nacionales y tenemos una planta dedicada a darle mayor énfasis a esa línea de negocios. Estamos trabajando para desarrollar mercados. Angelmó ya tiene un posicionamiento comercial definido y así hemos crecido en los últimos meses. Es otro concepto de comercialización y por eso entramos entonces en una segunda fase de producción y también de exportación", agrega Urcelay, refiriéndose a la adquisición de una unidad productiva de alimentos del mar en Puerto Montt a fines de 2006. Por su parte, la planta conservera de Coronel sigue produciendo más de dos millones de cajas anuales de jurel enlatado, que en el mercado nacional se vende con gran éxito bajo la marca Pacífico del Norte. "Estamos atentos a otros desarrollos de negocios como por ejemplo los cultivos, siempre pensando también en fortaleza de FoodCorp y la plataforma de negocios que tiene el Grupo Austevoll"

El alma de FoodCorp

Pero los proyectos concretados en los últimos años tienen también un componente de vital relevancia, y ese es el grupo humano que está detrás de cada una de estas iniciativas. "La compañía tiene 26 años y se ha ido formando en el tiempo con mucho esfuerzo. Sin embargo, el reordenamiento planteado con la Ley de Pesca significó también compras y

fusiones de compañías. La filosofía de trabajo en nuestra empresa la ha impreso nuestra casa matriz en Noruega. Ellos le asignan un valor realmente importante al capital humano, lo que es una premisa, pero también materia de discusión y análisis permanente, porque estamos empeñados en tener los mejores equipos, con los mejores tratos y los mejores rendimientos”, dice Esteban Urcelay.

Se trata de un proceso constante, sin fin, que tiende al perfeccionamiento de cada trabajador y ejecutivo, con el fin de lograr el máximo rendimiento de la empresa y, al mismo tiempo, la consagración del aporte individual de cada uno de los integrantes de FoodCorp a las operaciones de la compañía. “Vamos por una buena senda, pero tendremos que reforzar algunos equipos para hacer frente al crecimiento futuro de la empresa y por ello queremos escoger a las mejores personas”, recalca.

Como el tema de la eficiencia y la maximización de los recursos es clave, el

gerente general señala que “tenemos que estar concentrados en nuestro quehacer diario y en las planificaciones futuras, pero también debemos contar con equipos eficientes, coordinados con las plantas, los barcos y siempre conscientes de que no puede haber pérdidas de tiempo. Necesitamos máximas productividades por tonelada de pescado y ahorrar en cada parte del proceso que se pueda. La disciplina financiera es también muy importante, como tantos otros factores sobre los cuales sí tenemos control y podemos corregir en forma permanente. Por eso un equipo motivado y altamente profesional es tan importante”.

Un periodo positivo

Los años 2006 y 2007 han sido un periodo muy positivo, tanto en logro de metas como en la consecución de proyectos. “Cumplimos con las proyecciones y nuestros resultados

tuvieron un aumento muy importante con respecto a los observados en 2005. Es un crecimiento que está dentro de lo que proyectamos”, afirma con satisfacción Urcelay.

Sin embargo, con la misma franqueza, el alto ejecutivo reconoce que la situación que acontece más allá de las 200 millas de la Zona Económica Exclusiva (ZEE), donde operan flotas extranjeras sin regulación alguna, es preocupante. “En el área de congelados teníamos una planificación definida, con mercados y clientes, pero llegaron barcos extranjeros (chinos y holandeses principalmente), que pescan sin ninguna restricción en el área adyacente a las 200 millas (de la ZEE), y con esas capturas inundaron y reventaron a precios muy bajos los mercados, lo que ciertamente constituye un obstáculo para toda la industria pesquera nacional que captura jurel, porque es una competencia desregulada y desleal”.



Estamos dando importantes pasos para consolidarnos como una de las industrias de alimentos del mar más importantes de Chile, con mercados en prácticamente todos los continentes y maximizando nuestras operaciones en el área de cultivos marinos.

Reconoce que es un contratiempo para el cual se está buscando una solución integral codo a codo con el resto de la industria, para regular esta pesquería en el Pacífico Sur. Pese a lo anterior, “la planta de congelados ha funcionado muy bien y de forma eficiente, y estamos conformes con las metas alcanzadas”, recalca.

El resto de las líneas se mantuvieron muy bien. En conservas aumentaron los precios y las productividades. La harina tuvo un año realmente extraordinario –por los altos precios en los que se transa actualmente este commodity– y se espera que en el futuro el panorama se mantenga estable. “La acuicultura en sí sigue creciendo, no sólo en Chile, sino en el mundo entero, con desarrollos notables en Europa y también China, y como la harina de pescado es la base de los alimentos de muchos cultivos, creemos que nos irá bien”, sostiene el gerente.

Oleaje inesperado

Hubo sin embargo factores que no favorecieron a la industria en su gestión durante el último tiempo. “Tanto el costo de la energía, como el bajo valor del tipo de cambio nos han golpeado. El factor energético principalmente se ha hecho notar en el tema de las operaciones de flota. Nuestros barcos han debido pescar más lejos de la costa, buscando nuevos caladeros para capturar y traer las materias primas a las plantas, lo que se transforma en un factor bastante crítico, que hemos tenido que asumir. Tratamos de manejar estas variables con el máximo de eficiencia y por eso hay que trabajar permanentemente buscando soluciones”, enfatiza.

Del mismo modo, el gerente general de FoodCorp señala que el precio de combustibles en Chile, así como el bajo valor del tipo de cambio, también han sido molestas piedras en



Equipo Santiago: Gerásimo Dionisis, Maurice Filippi y Esteban Urcelay.

el zapato. “Pero las alternativas apuntan más a sobrellevar el tema que a solucionarlo definitivamente, ya que obedecen a factores externos a la compañía y a la propia economía del país”.

En sintonía con el entorno

Como el desarrollo de nuevos negocios, operaciones y mercados no es integral si es que no se realiza en sintonía con una clara política ambiental, FoodCorp sigue dando pasos para ser cada día más amigable con su entorno y la comunidad que le rodea. En la actualidad, cada uno de los residuos líquidos generados por los distintos procesos de las operaciones de pesquera FoodCorp son tratados en una moderna planta de tratamiento de riles que separa los sólidos de los líquidos. Se cumple así de manera cabal y oportuna

con las disposiciones que entraron en vigor en septiembre de 2006, que son parte de las exigencias del Decreto Supremo 90, y al mismo tiempo se avanza en sintonía con los principios medioambientales que sustentan el quehacer de la empresa.

“No dejarse estar y siempre ir más allá de la norma. Esto es algo que uno no puede

torcer”, dice Esteban Urcelay. La política de la compañía –explica– es ser amigable con nuestro medio ambiente y con nuestros trabajadores. La calidad de las instalaciones también es importantísima, no sólo en lo que respecta a las salas de proceso, sino en dependencias para los operarios, administrativos y personal en general.

Otra muestra más del interés que FoodCorp tiene por lo que acontece en la comunidad en la que está inserta es el reciente convenio que firmó a fines de mayo con el Liceo A-49 “Antonio Salamanca Morales” de Coronel. El acuerdo de colaboración está orientado al apoyo y fortalecimiento del sistema educacional de la comuna y para ampliar las posibilidades de capacitación de los jóvenes. Gracias a este convenio la empresa iniciará por su parte un amplio programa de actividades para sus trabajadores y que estarán a cargo del cuerpo de docentes del Liceo de Coronel. Son, entre otros, programas de nivelación escolar, talleres de folclor y teatro, conformación de ramas como básquetbol, fútbol, aeróbica y gimnasia, subraya con entusiasmo el gerente general.

“Estamos trabajando para ser una empresa ejemplo en esta materia y siempre estar a la vanguardia de los temas que nos interesan como compañía y como industria. Lo estamos logrando. Los representantes de nuestros mercados reconocen en nosotros estas cualidades y tenemos el honor de recibirlos frecuentemente en nuestra planta. Nos prefieren por estos motivos. Ven en nosotros un ambiente de cordialidad, eficiencia e higiene, buen trato al medio ambiente y a los trabajadores. Este es el futuro. Los clientes tendrán en cuenta estos factores y nosotros queremos anticiparnos a esa tendencia”, recalca con convicción.

Esteban Urcelay, CEO of FoodCorp S.A.

“We want to be an example in our business”

FoodCorp S.A. expects to be consolidated as one of the most important seafood industries in Chile, with markets in almost every continent and maximizing its operations not only related to extractive fishing - traditional development motor for fishing in Chile - but also marine crops. FoodCorp's Chief Executive Officer, Esteban Urcelay, says with confidence “at the moment we are developing our strategic plan through actions such as the opening of a new frozen food plant, last year, or a wastewater treatment plant - that from September 2006 complies with strict environmental regulations. Growth targets in the seafood area are also important paths that will allow consolidating our future development as a company”.

The best scenario After the changes in the fishing law at the beginning of the decade, the company consolidated even more its focus in producing high quality human consumption products, and today, together with the classic high quality fish meal production, we also operate lines for the production of canned and frozen fish products. The manager comments “we are happy today with the individual maximum catch limits and the organization of the sector. We did not want to produce only fishmeal nor canning products, but we wanted to go a bit further through frozen food and in the future, produce other type of high value products. This is the trend”.

High quality food Having in mind that fishing resources captured at sea are always scarce and difficult to find, FoodCorp opened a new commercial area in 2004 through the purchase of the Angelmó brand, under which today we are marketing several sea products for direct human consumption of the highest quality. For example, blue mussels. “In the last two years - says Urcelay - we have consolidated Angelmó in the domestic market. It is other marketing concept and this is why we have entered a second stage in the production and export through the acquisition, at the end of 2006, of a seafood productive unit at Puerto Montt”. The company, says Urcelay, has the strength of taking advantage of the business platform of the Austevoll Seafood Group - owners of the company - with vast operations in Norway and Europe, and all the past years knowledge on the area.

FoodCorp's soul Projects consolidated in the last years have also a vital component: the human group behind each one of these initiatives. Esteban Urcelay says “the Company has 26 years and has been formed through time and effort. Nevertheless, the reorganization derived from the Fishing Law meant company acquisitions and merging. The work philosophy at our Company has been developed by our Norwegian owners. They assign a very important value to human capital and this is why we are focused in having the best teams, with the best deals and highest yields. It is a constant, never ending process, which tends towards the perfection of every worker and executive”.

A positive year Although 2006 remained in the history of the Company as a positive year, we saw with concern the operation of foreign fleets fishing outside the 200 miles comprised by the Economic Exclusivity Zone (ZEE). “We had a defined plan for the frozen food business, but foreign vessels without restrictions arrived to the area next to the 200 miles limit, flooding and exploding markets with low prices, affecting the plans of the Chilean horse mackerel fishing industry in general. We are working together with other companies and our guild to solve this problem and to create a new fishing organization for the South Pacific”.

As the CEO recognizes, “this also caused some delays in the world frozen food business, but the plant have remained highly efficient. The rest of the lines were kept as well. Canning product prices and productivities have increased. Fish meal had a really extraordinary 2006 and we hope to keep the panorama stable in the future”.

Unexpected swell There were though some factors complicating the company's management in the last months. “Costs of energy and low exchange rates have hit us hard. Our ships have had to catch further off the coast, seeking new fishing-grounds to catch and bring raw materials to the plants, becoming a critical factor, which we have had to assume”. Foodcorp manager also points out that the costs of fuel in Chile and the US dollar exchange rate have also been problems. “But the alternatives point towards coping with the issues instead of trying to solve them, because they are due to factors external to the Company and the country's economy”.

Tuned with the environment As the development of new business, operations, and markets cannot be considered integral if there is no clear environmental policy, FoodCorp continues its path towards becoming friendly with the environmental and the surrounding community. At the moment, all wastewater generated by the different processes of FoodCorp's fishing operations are treated in a modern wastewater treatment plant separating solids from liquids. “Through this we fully comply with the law enforced since September 2006, and that are part of the requirements of Supreme Decree N° 90”.

Esteban Urcelay says “not staying behind and going always beyond the law is something that one cannot change”. The policy of the company - he explains - is being friendly towards the environment and to our workers. Quality of our facilities is also of the highest importance, not only respect to process areas, but also the facilities for our workers, managers and general staff.

Other example of Foodcorp's interest in the neighboring communities is the recent agreement with the A-49 “Antonio Salamanca Morales” public school of Coronel. The collaboration agreement is oriented towards aiding and strengthening the educational system of the community and widening training possibilities of the youngsters. Thanks to this agreement the company will begin an important activity program for its workers that will be leaded by teachers of the school. “We want to be an example company on the issue, always ahead in issues of interest as Company and industry. And we are achieving it. Representatives of our markets recognize in us these qualities and we have the honor of frequently receiving them at our facilities. This is why we are preferred; they see in us a friendly, efficient, and clean environment, caring about our workers and the environment”.

Estamos muy concentrados en el tema ambiental. En el rubro pesquero, hemos sido los primeros en implementar una planta de tratamiento de residuos industriales líquidos que se depositan en el mar y eso nos da un gran orgullo, porque estamos liderando en esta área.



| Arne Møgster, Gerente General |
de Austevoll Seafood ASA

"TENEMOS una fuerza de trabajo muy comprometida"

Para el gerente general de Austevoll ASA, Arne Møgster –máximo ejecutivo de la empresa matriz noruega propietaria de FoodCorp Chile– la filial nacional se ha convertido en un activo que genera mucho orgullo, no sólo por la eficiencia que han alcanzado sus operaciones, sino porque poco a poco ha ido fortaleciendo su identidad y espíritu interno, sin dejar de lado su relación con el entorno y la comunidad que la rodea.

Precisamente antes de visitar una vez más las instalaciones en Coronel e interiorizarse en terreno acerca de los proyectos que se están materializando, se dio el tiempo de responder algunas preguntas en las que no disimuló su satisfacción por el buen momento por el cual pasa la compañía.

¿Cómo describiría el actual momento por el que pasa FoodCorp, en términos de consolidación de proyectos, logros y perspectivas de desarrollo?

- Desde el punto de vista noruego, estamos muy felices con el desarrollo de las operaciones en FoodCorp. La compañía ha venido realizando sus planes de muy buena forma y de acuerdo a lo pensado. Eso la convierte en una de las empresas más eficientes del grupo, así es que estamos muy felices.

¿Cuántas empresas componen el Grupo Møgster?

- Son muchas, pero estamos principalmente en Noruega, Perú y Chile, y estamos en el negocio pesquero en estos tres países.

En su opinión, ¿cuáles fueron las principales ventajas que el Grupo Møgster tuvo en mente cuando decidió invertir en Chile?

- Cuando uno mira a Chile desde el extranjero se da cuenta que es un país políticamente estable, tiene una muy buena economía y también es posible ver el buen trabajo de los científicos marinos, quienes están buscando la sustentabilidad de las pesquerías, lo que es muy relevante para las políticas de nuestra compañía. Creo también que Chile es muy parecido a Noruega en lo que tiene relación con la cultura alimenticia, así es que es una muy buena asociación la que tenemos.

Y en tal sentido, ¿cómo ve el futuro de la actividad?

- Creemos que se mantendrá estable en el futuro. Eso es muy importante para nosotros, ya que podemos pensar el desarrollarnos aún más. Estamos muy confiados en el futuro que la pesca tiene como parte del desarrollo de la economía chilena.

¿Cuán relevante es el grupo humano en FoodCorp y el Grupo Møgster? ¿Hay planes especiales para mejorar constantemente la situación de este capital de la empresa?

- Nuestra gente es esencial para el éxito de esta empresa. Dependemos de que el grupo humano funcione y lo haga bien, tanto la administración como los trabajadores. Estamos al tanto de la responsabilidad social que tenemos con nuestra gente y nuestro entorno, y por ello hemos iniciado programas para mejorar el bienestar de la empresa. Estamos permanentemente buscando iniciativas que nos permitan afianzar el compromiso de la gente con la Compañía. Siempre estamos pensando en mejorar la situación de nuestro grupo humano y sus condiciones de trabajo. De muchas formas estamos adaptando la forma de trabajo en Noruega a las actividades que FoodCorp realiza en Chile.

¿Hay en los planes de desarrollo del Grupo convertir a FoodCorp en una de las empresas líderes mundiales en el área de alimentación y consumo humano?

- Sí. Creo que las bases políticas y económicas están dadas. Hemos trabajado fuertemente para darle más valor a esta compañía y en ello seguimos empeñados. Abrimos nuestra planta de congelados en Coronel y eso nos da más amplitud en nuestra variedad de productos. Tenemos por tanto grandes expectativas en poder efectivamente convertirnos en una empresa líder en el mundo y creemos que es perfectamente alcanzable.

¿Qué rol jugará la producción de salmones en FoodCorp Chile, donde se está abriendo como una nueva rama para la empresa?

- Es una nueva rama, efectivamente, y creemos que permitirá desarrollos interesantes. Ya estamos en la etapa de recibir las concesiones que necesitamos y esperamos ampliarlas en el futuro. Estaremos usando toda la experiencia que el cultivo de salmones nos ha dado en Noruega, y será una base para desarrollar el negocio aún más. Lo haremos combinando todas las habilidades de nuestra gente acá en Chile. Además, las regiones Décima y Undécima son muy parecidas a Noruega en términos geográficos y climáticos.

¿Cuál es la relevancia que para FoodCorp tiene la protección del entorno y el medioambiente?

- Estamos muy concentrados en el tema ambiental. En el rubro pesquero, hemos sido los primeros en implementar una planta de tratamiento de residuos industriales líquidos que se depositan en el mar y eso nos da un gran orgullo, porque estamos liderando en esta área. Además, estamos preocupados permanentemente de que los recursos que capturamos tengan sustentabilidad en el tiempo, porque esa es la única forma de asegurar el futuro de esta actividad.

¿Qué hace distinta a FoodCorp de otras empresas pesqueras?

- Nuestra opinión es que acá tenemos una fuerza de trabajo muy comprometida, que está constantemente buscando mejorar sus labores y la situación de la empresa para los propietarios y para los trabajadores mismos. Esa es definitivamente una de las grandes fortalezas de FoodCorp.



| Parte del equipo gerencial noruego. |





Oficinas centrales de Austevoll Seafood y
Planta de Congelados en Austevoll, Noruega.

Arne Møgster, CEO of Austevoll Seafood ASA

“We have a very committed work force”

For Arne Møgster, CEO of Austevoll Seafood ASA - highest executive of the Norwegian Company owner of Foodcorp - the Chilean subsidiary has become an active generating pride, not only for the efficiency achieved by its operations but because it has slowly strengthened its identity and internal spirit, without forgetting about the environment, and the surrounding community. Møgster points out “We are very happy with the development of operations at FoodCorp”. The Company has been developing their plans in a good manner and definitely according to plan. It has turned into one of the most efficient companies of the group operating in Norway, Peru, and Chile.

Among the main advantages observed when investing in our country, the CEO of Austevoll Seafood ASA declares that “Chile is a politically stable country, with a good economy, and serious work of marine scientist seeking sustainability of fisheries. We think that the future of the activity will remain stable, and this is very important for us because we can develop even more. We are very confident in the future of fishing as part of the development of the Chilean economy”.

How relevant is the human group at FoodCorp and Austevoll Seafood?

- Our people are key for the success of the company. We are aware of the social responsibility towards our people and our environment, and this is why we have begun programs to improve the well being of our workers.

Does the Group plan to turn FoodCorp into one of the World leader companies in the food and human consumption areas?

- Yes. I think that political and economic bases are in place. We have worked hard to give value to the company and we are still keen on this. In 2006 we opened our frozen food plant in Coronel giving us more room to move in product variety. We have high expectations in becoming leaders in the world and we are sure to achieve the goal.

What role will salmon production play at FoodCorp Chile?

- We believe that it will allow interesting developments. We are already at the stage of receiving the concessions we require and we hope to increase them in the future. We will be using all the experience in salmon production of Norway, and this will be the base to develop the business, combined with the skills of our people here in Chile.

Which is the importance for FoodCorp of protecting the environment?

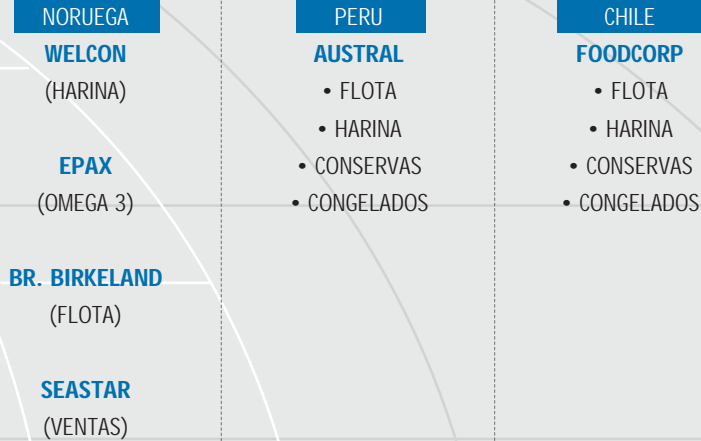
- We are very focused on the environmental issue. In the fishing industry we have been the firsts to implement a wastewater treatment plant and we are proud of it. Also, we are constantly worried on captured resources sustainability, because this is the only way to secure the future of the activity.

What makes FoodCorp different from other fishing companies?

- Our committed workforce, always seeking to improve their work and the situation of the Company, for owners and workers. This is definitely one of FoodCorp's strengths.

organigrama

AUSTEVOLL SEAFOOD ASA



PANORAMA DE LA COMPAÑÍA

	NORUEGA	PERU	CHILE	GRUPO AUSTEVOLL
Actividades	Naves / plantas / cultivos	Naves / plantas	Naves / plantas / cultivos	Naves / plantas / cultivos
Capacidad de cosecha	2 barcos (dos licencias) a través de empresa asociada Br. Birkeland	8.05% de participación en flota de pesca pelágica 34 barcos	9.1% de la cuota de pesca pelágica 5 barcos	600–650.000 toneladas de pescado 41 barcos
Procesos primarios	5 plantas de harina y aceite de pescado 1 bodega y blending 1 planta de congelados 1 planta de congelados asociada	6 plantas de harina y aceite de pescado 2 plantas conserveras 2 plantas de congelados	2 plantas de harina y aceite de pescado 2 plantas conserveras 1 planta de congelados	24 plantas de proceso, que manejan sobre 1.3 millones de toneladas de pesca anual
Procesos secundarios	Planta de aceite de pescado con alta concentración de Omega-3			5.000 metros cúbicos de aceite de pescado.
Ventas y distribución	Organización propia de ventas	Organización propia de ventas	Organización propia de ventas	Ventas al por mayor con distribución global

2007

Un año de consolidación de proyectos

El 2007 ha sido un año de consolidación para FoodCorp. Las inversiones que se hicieron en 2005 y 2006 están rindiendo plenamente sus frutos y hoy la empresa trabaja para mejorar sus niveles de producción de congelados y consumo humano, manteniendo los mercados que ya han sido conquistados.

Así lo expresa el subgerente general, Andrés Daroch, quien recalca que el primer año de operaciones de la planta de congelados fue exitoso, “pese a que a fines de 2006 sentimos con especial intensidad la presencia de los buques factoría chinos, rusos y holandeses capturando jurel fuera de las 200 millas de la Zona Económica Exclusiva, sin respetar las normas de conservación que nosotros seguimos dentro de esa área. Eso hizo bajar un poco los precios, pero el negocio siguió siendo atractivo”, precisó. No obstante, los volúmenes de producción se mantuvieron en el rango presupuestado y este año la meta es más ambiciosa, pero hay confianza y capacidad para alcanzarla, recalca.

Consumo humano: la diversificación de la pesca

En conservas también se fijaron metas altas, con incrementos en los volúmenes que la empresa busca producir. “El 2006 estuvo muy bueno, incluso agotamos nuestro stock. La razón es que aumentó la demanda de mercados existentes, aunque también tuvimos clientes nuevos. Incursionamos además en productos conserveros en base a jurel, pero en distintos formatos. África, Sudamérica y Estados Unidos han crecido mucho como

mercados, mientras que clientes antiguos, como Argentina, han vuelto a comprarnos”, precisa el subgerente general.

En el área de producción de harina de pescado en FoodCorp existe la certeza de que, a pesar de los extraordinarios precios que tiene hoy el producto, se privilegiará el uso de las materias primas jurel y anchoa en la elaboración de congelados y conservas, pero sin dejar de lado la tradicional clientela que ve en la empresa a un buen proveedor de harina prime y súper prime, los que seguirán siendo abastecidos de productos de la mejor calidad.

Con la vista puesta en el futuro, la empresa ha reafirmado su anhelo de desarrollar la línea de elaboración de mariscos en conserva mediante su marca Angelmó. Para eso adquirió una planta procesadora nueva en Puerto Montt, en el camino a la localidad de Pargua. “Pasó de ser prácticamente una compañía de trading –comprando a varios productores a nivel nacional– a un productora que tiene el objetivo adicional de desarrollar los mercados externos. La idea es potenciar esta planta con nuestra marca. Hoy fabricamos en ella conservas de salmón, choritos y sardinas”.

Presencia internacional

Andrés Daroch señala que la composición de la compañía matriz noruega ha sufrido recientes cambios, los que tendrán una positiva repercusión en las operaciones de FoodCorp en Chile. “Austevoll, nuestra matriz en Noruega, tiene tres áreas: una empresa productora de harina que se llama Welcon AS; una empresa comercializadora de los productos de consumo



humano, Sea Star, y hasta hace poco existía Veststar, que se dedicaba al negocio de los salmones y de la cual dependía la rama que está desarrollando FoodCorp en Chile en esta área. Esta compañía completa se vendió a un gran productor de salmones noruego que se llama Leroy Seafood”. El ejecutivo explica que ante este nuevo escenario la prioridad en Chile es entonces concentrarse en el negocio de la pesca pelágica, ya que el grupo tiene fuerte presencia en los principales países en los que se ejerce esta actividad extractiva: Noruega, Perú y Chile. “Hay una integración de procesos, pero también diversificación de materias primas. Esa es una de las grandes ventajas del grupo y los mercados así lo han evidenciado”, recalca Daroch.

En Noruega el grupo cuenta con una planta de congelados y también hay operación de flota directa y a través de asociados, mientras que en Perú se ejerce la operación directa de Austral, que es una de las tres empresas pesqueras más importantes en ese país. “(Austral) se dedica a la elaboración de harina, también opera dos plantas de conservas y luego comenzará a operar su primera planta de congelados, con jurel y caballa como los principales recursos. En Perú se desembarcaron el año pasado alrededor de 800 mil toneladas de esos dos recursos, marcando un incremento cinco o seis veces superior al año anterior”.

Sinergias del grupo

FoodCorp S.A. está trabajando hoy para integrar sus operaciones con la rama del grupo en Perú. “Ya tenemos buenas comunicaciones

comerciales, pero queremos reforzar el intercambio de datos en el área administrativa, consolidados de rentabilidad, etc. La idea es facilitarle la visión a la casa matriz, en el sentido de contar con información oportuna. La base de esto es mucha comunicación entre los tres pilares de la empresa. Tenemos un proyecto que definir, de aquí a fin de año, cuáles son las áreas que se integrarán entre los tres países y qué cosas podemos manejar en común en términos de sistemas, logístico, de adquisiciones, etc”, explica Daroch, quien subraya que hay muchos aspectos que permiten consolidar economías de escala a través de la adquisición de insumos vitales e importantes para las operaciones.

Por otra parte, la apertura de las empresas del Grupo Austevoll a la Bolsa de Valores de



Gustavo Izquierdo, Gerente de Operaciones; Erling Møgster, Gte. Operaciones Corporativo; Cristián Piazzano, Jefe Consumo Humano; Esteban Urcelay, Gerente General; Mireya Miquel, Jefa Control Calidad Cons. Humano; Ole Møgster, Presidente del Directorio; Per Bjånes, Gerente de Flota; Andrés Daroch, subgerente General; Jorge Urrutia, Gerente Chilefoods; Marcelo Soto, Jefe Planta Harina, Arne Stang, Gerente Welcon (plantas harina Noruega) y Leonel Torres, Jefe Seguridad.

Oslo fue un éxito por dónde se le mire, recalca Andrés Daroch. “Lo que se prometió a los inversionistas se cumplió cabalmente desde el

punto de vista de las operaciones y los retornos, y eso se vio reflejado de inmediato en el precio de las acciones”, precisa.

El 2007 ha sido un año de consolidación para FoodCorp S.A.. Las inversiones que se hicieron en 2005 y 2006 están rindiendo plenamente sus frutos y hoy la empresa trabaja para mejorar sus niveles de producción de congelados y consumo humano, manteniendo los mercados que ya han sido conquistados.

Andrés Daroch, Deputy General Assistant Manager of FoodCorp S.A. 2007: A year for project consolidation

2007 has been a consolidation year for FoodCorp. Today the company is working to improve frozen and human consumption production levels, keeping the markets that have already been conquered. This is what Andrés Daroch, Deputy General Manager says, remarking that for canning production they have also established important goals, which have already been accomplished using all the stock; due to an increase in demand and incorporation of new clients, besides an incursion into different product formats.

In the fishmeal production area, FoodCorp is certain that raw materials mackerel and anchovy will be privileged for the production of frozen products and canning without neglecting traditional clients who find in the Company the best supplier of prime and super prime fishmeal, which will continue being supplied out of the best quality products.

International presence

Andrés Daroch points out that the Norwegian Headquarters organization has recently suffered changes, with positive effects for FoodCorp S.A.'s operations in Chile. Daroch explains “in Norway the group owns a frozen production plant and there is also direct operation of the fleet and through associates; while in Peru operates directly through Austral, one of the three biggest fishing companies in the country, dedicated to the fabrication of fishmeal. The company also operates two canning plants and will soon begin operating the first frozen products plant with horse mackerel and mackerel as main resources. With Peru we have good commercial communications, but we want to reinforce data exchange in the management area, to facilitate the vision of the headquarters, sharing the required information. We have until the end of the year to define which are the areas that will be integrated between the three countries and which things can be jointly managed”.

Daroch points out on the other hand, that the opening of Austevoll Seafood ASA to the Oslo stock exchange has been a complete success. He remarks “our promise to investors was completely fulfilled, from the operations and revenue points of view, and that was immediately reflected in stock price”.



nuestros procesos

nos hacen diferentes y eficientes

El 2007 ha sido un año de particular ajeteo para el área de operaciones de FoodCorp. La materialización de diversos proyectos y la consolidación de nuevos esquemas de proceso han marcado el trabajo de los últimos meses, pero también han definido claros objetivos para el futuro. “Los desafíos nuestros en el área de producción y operaciones se centran en cumplir las metas para nuestra planta más nueva, que es la de congelados, inaugurada en enero de 2006”, dice Gustavo Izquierdo, gerente de operaciones.

Explica que se introdujeron numerosas innovaciones desde esa fecha y que el trabajo en tal sentido se completó a inicios de 2007.

Estas modificaciones apuntan esencialmente a acelerar los procesos de producción y, más importante aún, mejorar la calidad del producto que se estaba recibiendo en las plantas. “Para eso incorporamos más máquinas. Antes teníamos una línea manual y dos automáticas, y hoy contamos con cuatro automáticas y dos líneas manuales”, aclara Izquierdo.

Relata que antes se usaba un sistema de bombeo para extraer el pescado desde los estanques hacia las líneas de proceso, lo que significaba mayor manipulación de las materias primas y, por ende, su calidad tendía a verse

afectada. “Hoy hacemos sólo el bombeo habitual desde las bodegas de los barcos hacia los estanques y en tierra. Desde ellos, la materia prima es transportada por cintas hasta que los pescados son introducidos en las cajas, por lo que evitamos así golpes, raspones y maltratos. La calidad aumentó notablemente”, recalca.

Pero los mencionados cambios y mejoras no sólo fueron beneficiosos en los aspectos ya citados. “A comienzos de este año logramos también, y gracias a estas modificaciones, nuestra máxima capacidad histórica de procesamiento, la que alcanzó las 350 toneladas/día. Esto nos sitúa en un lugar muy importante en la industria, dentro de los tres principales productores de jurel congelado y a poco más de un año de haber puesto en funcionamiento nuestra planta”, enfatiza.

Latas, descargas y harina

Gustavo Izquierdo explica que hubo mejoras también en la planta de conservas, con la instalación e independencia de la línea de ‘medio tall’, que por su tamaño tiene porciones más pequeñas que el tradicional tarro alto o ‘tall’. “Eso nos permite aprovechar mejor el pescado más grande y producir sin alterar la continuidad del otro proceso. Con

ese corte (medio tall) podemos, además, recuperar un mayor porcentaje de pescado para el consumo humano y así no se va destinado a la harina”.

Junto con ello –señala el gerente- se reforzó al área de descarga de las lanchas artesanales gracias al cambio del pontón. “Así seremos más dinámicos en lo que son las faenas de descarga (de sardina y anchoa) y les prestaremos un mejor servicio a terceros, en este caso los pescadores artesanales, quienes nos aportan un importante volumen de pesca que está destinada a la elaboración de harina”.



El gerente de operaciones de FoodCorp adelanta que, en términos productivos, los desafíos son terminar este año 2007 con 27 mil toneladas de congelado, 1 millón 800 mil cajas de conservas y dedicar los saldos de esta pesca a la fabricación de harina, junto con la pesca que es adquirida al mundo artesanal. Para el ejecutivo, una de las principales diferencias de FoodCorp con otras empresas del rubro es que “casi el 100% de nuestro jurel va a congelado y conservas. No más de 25 mil toneladas van directamente a la elaboración de harina para anguila”, asegura.

Y un factor de alta relevancia en la elaboración de harina de alta calidad es la planta de blending que FoodCorp opera hace dos años. “Ella nos permite, mediante dosificaciones y caracterizaciones, lograr un producto homogéneo gracias a la mezcla que realizamos con ayuda de un sistema computacional. Así subimos la categorización del producto, lo que le entrega al cliente una tranquilidad adicional, porque sabe exactamente qué es lo que está comprando”.

Ventajas comparativas

Izquierdo no duda en afirmar que lo más importante que FoodCorp ha logrado en términos operacionales es la concentración de todas sus unidades productivas en un mismo terreno, incluyendo las descargas. “Con ello se evita hacer traslados y trasbordos innecesarios de materia prima y, por otra parte, la gente está en un solo lugar. Eso marca una diferencia importante con otras industrias del rubro”, dice.

En términos de nuevos proyectos, el nuevo frigorífico en Escuadrón –también en la comuna de Coronel- es el más reciente y ya está iniciando sus operaciones. “Teníamos una capacidad original de 2.200 toneladas de almacenamiento cuando construimos la planta de congelado, pero a corto andar nuestros aumentos de producción nos arrojaron la necesidad de aumentar a 6.000 toneladas. Presentamos entonces un proyecto y nuestro directorio nos dio luz verde para construir un nuevo frigorífico con capacidad para 10.500 toneladas, lo que

nos da un total de más de 12.000”, precisa el gerente de operaciones

Teniendo en cuenta que por ahora habrá capacidad de sobra, una de las alternativas presupuestadas es rentabilizar el frigorífico mediante la prestación de arriendo a otras empresas del rubro u otras actividades, por ejemplo, el sector frutícola. “Pero también proyectamos una ampliación de nuestra empresa al área de producción de salmones y truchas. Hoy podemos almacenarlas, distribuir las y exportarlas desde aquí”, concluye el gerente.



Gustavo Izquierdo, Operations Manager Our processes make us different and efficient

2007 has been a particularly busy year for FoodCorp's operation area. The materialization and consolidation of several projects and new process schemes have marked the work of the last months, but also have defined clear objectives for the future. Gustavo Izquierdo, Operations Manager says “our challenges in the production and operations departments are centered in achieving the goals for our newest facility, which is the frozen food plant inaugurated in January 2006”.

From this date several innovations have been introduced, pointing towards improving the quality of the product received at the factories. As Izquierdo points out, the system used before required more manipulation of raw materials, affecting the quality of goods. “Today we pump directly from the hold of the vessels to mainland tanks, from which raw material is transported in a conveyor for fish to be boxed, avoiding bruises, scrapes, and battering.

These modifications have allowed FoodCorp to achieve its maximum historic processing capacity-350 tons/day. The Operations Manager points out that “this situates the Company in a leading place in the industry -among the three main producers of frozen mackerel”.

Canning, catch, and fishmeal

Gustavo Izquierdo explains that there were also improvements in the canning facility and that the unloading area for local fishermen boats was reinforced thanks to the change of the pontoon.

In productive terms, challenges are to end 2007 producing 27 thousand tons of frozen food products, 1.8 million canned food boxes, dedicating offals of this catch for the production of fishmeal, together with the fish purchased from the individual fishermen world.

In terms of new projects, the new cold store located at Escuadrón - also in the town of Coronel - is soon to start operating. Taking into account that there will be seasonal excess capacity, one of the alternatives to profit from the cold store is renting it to other companies of the area or even to other activities, such as fruit production. The manager concludes “we also project to extend our company to the salmon or trout production area. Today we would be able to store, distribute, and export them from here”.



“Estamos exportando conservas de sardinas en aceite a Argentina y acabamos de cerrar un contrato para abastecer a la empresa norteamericana Ocean Beauty”, comenta Jorge Urrutia, destacando los avances de esta incipiente firma.

ChileFood: un mar de valor agregado

Lleva el timón de una empresa que es parte de FoodCorp, cuya meta es elaborar y comercializar productos para los paladares más exigentes del planeta. Y la está cumpliendo: en marzo de este año embarcó su primera partida de choritos especialmente preparados para el gusto de los españoles.

A fines de 2004, FoodCorp. S.A. adquirió la marca comercial Angelmó, que contaba con canales de distribución consolidados en el mercado doméstico y un fuerte posicionamiento en la categoría de mariscos y pescados finos a nivel nacional. Ello permitió que FoodCorp diversificara su gama de productos para consumo humano y entrara de lleno en un área exigente y de grandes proyecciones económicas.

El próximo paso fue buscar una planta que abasteciera a Angelmó con materias primas de manera permanente y, al mismo tiempo, sentar las bases para comercializar estos y otros productos en el exterior. El encargado de encauzar este trascendental proyecto fue Jorge Urrutia, hoy gerente de ChileFood, la flamante nueva empresa del grupo noruego en nuestro país. “Estábamos conscientes de que en ese momento teníamos los canales de distribución y la marca, pero nos faltaba completar el proyecto de una unidad productiva. Barajamos varias alternativas, entre ellas desarrollar un proyecto propio, pero en esta exploración encontramos una planta recién puesta en marcha. Pudimos tener un acercamiento y lograr

una negociación para adquirirla”, comenta con entusiasmo el directivo al que le gusta hablar en plural “porque somos un equipo y parte de una empresa importante como es FoodCorp”.

Las primeras luces

El resultado fue la compra de una planta emplazada seis kilómetros al sur de Puerto Montt, la que cumplía con todos los requisitos trazados y tenía las licencias para producir para mercados tan exigentes como el europeo. De este modo, los planes de la compañía se concretaron dos años antes de lo presupuestado y la unidad pudo entrar en operaciones en noviembre de 2006. “Una vez

adquirida la planta, se nos encomendó tomar el control de esta nueva empresa para afianzar los mercados domésticos y comenzar a exportar. Hoy producimos básicamente tres líneas: choritos, sardinas y salmón, todo en conservas”, cuenta Urrutia con orgullo.

Con una unidad productiva prácticamente nueva y una comercializadora de nivel internacional, el camino estaba libre para que la compañía avanzara en el desarrollo de productos de alto valor agregado.

“En los últimos meses hemos trabajado en desarrollar y afinar los sistemas de control y calidad, en el entrenamiento del personal y en consolidar el funcionamiento de las líneas productivas. Es una etapa dura, que en un principio va por un camino aparentemente árido, pero pronto comienzan a verse las primeras luces”, afirma optimista el gerente de ChileFood.

El mundo en conservas

Dado que el mercado interno está cubierto con la marca Angelmó, una de las principales metas de ChileFood es consolidarse en el extranjero. Un apuesta atractiva, pero nada fácil pues, según su gerente, implica incursionar en productos distintos, que obedecen a otra dinámica. “Por eso viajamos este año a European Seafood Exposition en Bruselas, Bélgica”, sentencia.

Urrutia añade que, paralelamente, ChileFood ya ha establecido y formalizado contactos con potenciales clientes en el mundo: “En marzo de 2007 embarcamos nuestros primeros choritos a España, los que tuvieron muy buena acogida. De hecho, en las semanas posteriores los seguimos despachando”.

Pero la compañía no sólo ha puesto sus fichas en el viejo continente: “Estamos exportando conservas de sardinas en aceite a Argentina y acabamos de cerrar un contrato para abastecer a la empresa norteamericana Ocean Beauty, que nos solicitó un producto especial, salmón desmenuzado”, concluye Urrutia.

Jorge Urrutia, manager of ChileFood An ocean of added value

He leads a company part of FoodCorp, and whose aim is to produce and sell products for the most demanding palates around the world; he has been up to the challenge: last March the first shipment of mussels especially prepared for the Spanish taste was shipped.

At the end of 2004, FoodCorp S.A. acquired the Angelmó trademark, with consolidated distribution channels in the domestic market and strongly positioned in the seafood and fine fish category worldwide, which allowed FoodCorp to diversify the products offered for human consumption, entering a demanding area with high economic projections.

The second stage was to seek for a plant to permanently supply Angelmó brand with raw materials, establishing the basis to sell these products in the foreign markets. The one in charge of leading this important project was Jorge Urrutia, current manager of ChileFood.

The result of these first actions was the acquisition of a plant located near Puerto Montt city, and complying with every requirement and which already had every license required to manufacture for demanding markets such as the European. It began operating in November 2006 and today produces basically three lines: mussels, sardines, and salmon, all canned.

Through almost new productive units and an international sales department, the road was open for the Company to go ahead in developing products of high added value. The manager of ChileFood says optimistic “in the last months we have worked in developing and fine tuning our control and quality systems, training personnel, and consolidating the operation of our productive lines. It has been hard, at first the road was arid, but we soon begun getting good results”.

The world in cans

With an internal market already covered with the Angelmo trademark, one of the main aims of ChileFood is consolidating abroad; this is an interesting challenge and certainly not an easy one. According to the manager it means working with different products that have different dynamics. As Urrutia remarks “in March 2007 we shipped our first mussels to Spain, which have had very good acceptance.

We are also exporting canned sardines in oil to Argentina, and we have just signed a contract with the American company Ocean Beauty, who has requested minced salmon, a special product”.



Benito Rial, Jefe de Producción, Jorge Urrutia, Gerente General, Darney Aranda, Gerente de Planta y Viviana Sáez, Jefa de Control de Calidad de ChileFood.



El pasado 6 de septiembre, en una ceremonia que contó con la presencia de 200 invitados, entre trabajadores, dirigentes sociales de la comunidad vecina, ejecutivos de la compañía y del sector pesquero industrial, autoridades y representantes de la pesca artesanal, nuestra empresa celebró 26 años de operación en nuestro país.

26 Aniversario JUNTO a NUESTROS Trabajadores y comunidad



Daniel Olguin, Néstor Avila, Juan Basagoitia, Enrique Cisternas y Jorge Urrutia.

Durante la ceremonia hizo uso de la palabra la el Director de Desarrollo comunitario de Coronel, José Castillo, quien expresó su reconocimiento a la empresa por el desarrollo e implementación de una Política de Relaciones Comunitarias y felicitó la presencia de una veintena de dirigentes sociales del sector en la ceremonia.

También participó con un discurso la Vicepresidenta de la Federación de Sindicatos de Industrias Pesqueras, FESIP, Juanita Silva, quien además es Presidenta del Sindicato 2 de FoodCorp, quien valoró los avances en materia laboral para los trabajadores y llamó a las autoridades a velar por la sustentabilidad de los recursos, aspecto clave en el empleo del sector.

Lo propio hizo el Director del Liceo de Coronel, Jaime Osorio, quien agradeció a la empresa el apoyo brindado tras la firma del convenio de colaboración que fue firmado a principios de año entre ambas instituciones.

En el discurso principal, Esteban Urcelay Alert, Gerente General de FoodCorp Chile, destacó aspectos relativos a las operaciones de la compañía y destacó la incorporación de una importante dotación de personal que prestaba servicios de manera temporal, llevando el equipo humano de la empresa a contar con más de 1200 trabajadores en todos sus frentes.



Esteban Urcelay, Nelson Gutiérrez, Erling Mogster y Edmundo Olea.



Pedro Muñoz, Andrés Leiva, Gonzalo Barahona, Raúl Herosilla, Claudio Díaz y Celia Aguilar.



Ian Martin Carlos Manriquez, Erling Mogster y Per Bjanes.



Fernando Ayala, Luis Felipe Moncada, Gustavo Izquierdo y Fernando Castec.



Mario Brante, Cecilia Lara, Orlando González y Cristián Piazzano.



Patricia Riffo, Dionisio Riffo, Aida Cardenas, Esteban Urcelay, Monica Riffo y Carlos Olave.



Manuel Monsalve, Carlos Rodríguez, Carlos Onate, Reinaldo Rozas y Juan Carlos Silva.



Andrés Daroch junto a Pedro Aravena, Cristina Durán y Gastón Isla, dirigentes de las Juntas de Vecinos de Coronel.



Andrés Daroch, Juanita Silva, Teresa Lizana, Alfonso Arévalo y Luis Felipe Moncada.



26 years next to our workers and the community

On September 6th, in a ceremony with 200 workers, leaders of society and industry executives, and representatives of individual fishermen, our company celebrated 26 years of operation in the country.

During the ceremony José Castillo, Director of Community Development of Coronel, acknowledged the company for the development and implementation of a Community Relations Policy and congratulated the presence of around 20 social leaders in the ceremony.

Juanita Silva, Vice-president of the Fishing Industry Unions Federation, FESIP who is also President of FoodCorp's #2 Union, also spoke. She valued the progress in labor issues and made a call to the authorities to watch out for resource sustainability, key aspect for the sector's employment.

Jaime Osorio, School Director of Coronel, thanked the company for their support after signing a cooperation agreement at the beginning of the year.

The main speech was made by Esteban Urcelay Alert, FoodCorp's CEO; he remarked aspects related to the Company's operations and remarked the incorporation of a number of employees that had worked for seasons or temporarily, integrating into the company a team of around 1,200 workers in most areas.





FLOTA de FOODCORP:

Las mejores materias primas al alcance de las plantas

Hasta antes de la nueva ley del 2001, que estableció como modelo de administración pesquera los Límites Máximos de Captura, las faenas de la flota industrial estaban pensadas y organizadas con un solo gran objetivo: pescar más en el menor tiempo posible para abastecer con el máximo volumen a las plantas harineras.

El gerente de Flota de FoodCorp, Per Bjanes, recuerda que después del reordenamiento con las cuotas, “comenzamos poco a poco a reordenar nuestras operaciones para enfocarnos a la elaboración de productos para el consumo humano. Esperamos el próximo año llegar a pescar 100% para las plantas de congelado y conservas”.

Bjanes confiesa que el proceso de cambio de mentalidad ha sido largo y profundo. “Se trata nada menos que de cambiar de cantidad a calidad, y es algo con lo cual seguimos trabajando a diario. La idea es mejorar procedimientos y formas de hacer las cosas y eso no se aprende de la noche a la mañana”, explica el gerente.

La flota de FoodCorp opera hoy con cinco barcos: el “Cazador”, “Chivilingo”, “Don Manuel”, “Ligrunn” y “Marpro”, todos pesqueros de alta mar. Cuatro de ellos en operaciones permanentes y uno permanece en stand by como respaldo ante cualquier eventualidad”. Se trata del PAM “Chivilingo”, que hace poco relevó de esa condición el PAM “Marpro”. Bjanes indica que en esa etapa fue posible mejorarle la capacidad de frío a sus bodegas, mediante la instalación de equipos RSW (Refrigerated Sea Water), electrónica nueva para la navegación y un nuevo sonar, con mayor alcance.

Todos los barcos de FoodCorp tienen el mismo concepto de refrigeración, pero difieren sus capacidades de bodega. El “Cazador” y el “Ligrunn” poseen sonares más poderosos, pero la idea es estandarizarlos todos el año 2008, incluyendo el “Chivilingo”, recalca el gerente. Los trabajos los ejecuta la misma empresa, pero las faenas mayores se encargan a contratistas o se efectúan en astilleros.

Desafío en el mar

Hoy trabaja en el área de Flota un total de 90 personas embarcadas. En tierra, por otra parte, está el área de Mantenimiento con otras nueve personas, Redes con 22, y Descargas también con otras 22 personas. En apoyo logístico a la flota, en tanto, trabajan otras siete personas.

En los últimos años se ha vuelto más complicado llegar hasta las zonas de pesca. Para Bjanes, la mano de la naturaleza es la explicación más plausible para comprender este fenómeno y frente a ello es poco lo que se puede hacer –dice– aparte de redoblar los esfuerzos para alcanzar los objetivos. “Es un fenómeno que hemos visto repetirse en los últimos cinco años. Antes podíamos ir a pescar por el día y volver a puerto. Hoy eso es muy difícil, porque a veces tenemos que navegar hasta 48 horas para llegar a las zonas de pesca. Creo que es el clima el que ha influido para que exista este fenómeno, porque los

peces encuentran el alimento mar adentro, y no necesitan acercarse al litoral para tenerlo”, asegura el gerente.

En términos logísticos es un gran desafío, porque los barcos están operando muy lejos de sus puertos. Por tal razón, el énfasis está puesto hoy en realizar trabajos preventivos. “Hoy no podemos apagar el incendio sobre la marcha, así es que ocupamos buena parte del tiempo previniendo eventuales accidentes o problemas que puedan afectar a nuestros barcos y a nuestra gente”, explica Bjanes. Las navegaciones más largas son también un gran desafío, en el sentido de que la logística y los combustibles son hoy también elevadamente más caros que hace cinco o diez años, pero los ahorros no pueden generarse en esta área, señala Bjanes.

Es por ello que en Flota han estado sondeando soluciones alternativas para atacar el problema. “Tenemos un proyecto para cambiar uno de nuestros barcos a IFO 180. Se trata de un combustible distinto al petróleo diesel, un poco más pesado, pero diferente al fuel oil. Su uso es muy restringido en la industria pesquera, pero en marina mercante se utiliza mucho. La idea es que a fines del 2008 el PAM “Don Manuel” tenga este sistema incorporado y esté plenamente operativo con IFO 180. Eso permitirá tener ciertos ahorros, aunque lógicamente hay una inversión relacionada con la transformación”, puntualiza el gerente.



Triplación del PAM Cazador.

FoodCorp fleet: The best raw materials available to the plants

Until the new law of 2001, which established as fishing management model the Individual Maximum Capture Limits, the work of our industrial fleet was planned and organized with only one objective: to fish more in the less possible time in order to be able to supply the maximum volume to our fishmeal plants. Per Bjanes, Fleet Manager of FoodCorp, remembers that after the reorganization with the quotas, “we slowly started to rearrange our operations focusing in the fabrication of human consumption products. He hopes for next year to achieve fishing 100% for the frozen products and canning plants. The mind changing process has been long and deep, because we are changing quantity for quality”.

More than 150 people comprise and aid the Fleet area, including Maintenance, Nets, Unloading, and Logistic areas. The fleet operates five fishing vessels: “Cazador”, “Chivilingo”, “Don Manuel”, “Ligrunn”, and “Marpro”. All are high-sea fishing vessels with the same refrigeration concept, but with different fish hold capacities.

Today, circumstances have forced our vessels to operate far off the coast. This is why emphasis is now towards performing preventive work. Bjanes explains, “Today we are not able to put-off a fire on the go, so we use most of the time in the prevention of accidents or problems that might affect our ships and our people”.

Longer navigations are also a big challenge, given that logistics and fuels are today much more expensive than five or ten years ago. This is why we are studying alternative solutions such as a project to modify one of the vessels to work with IFO 180, a fuel different to diesel.

Atrás quedaron los días en que los barcos industriales de las distintas empresas literalmente “corrían” por el mar buscando llenar lo más rápido sus bodegas para volver a puerto y salir nuevamente cuanto antes. Gracias al sistema de administración pesquera vigente desde 2001, conocido como Limite Máximo de Captura, las faenas extractivas en el mar son hoy cuidadosamente programadas y pensadas en base a dos factores esenciales: cuidar las materias primas de la mejor forma posible y surtir prioritariamente de pesca a las plantas de consumo humano, vale decir congelados y conservas.



Cristián Piazzano es el jefe de las plantas de consumo humano de FoodCorp y señala que el gran objetivo en la actualidad es aprovechar al máximo la cuota de jurel que le ha sido asignada a la empresa. “Nuestras materias primas las obtenemos desde dos fuentes principales. Por un lado, la que le compramos a nuestros proveedores externos, que son los pescadores artesanales: se trata de sardina, anchoveta, jibia y otras especies con las que elaboramos harina y aceite de pescado. Y, por otro, está nuestro proveedor interno que es la flota propia, que captura alrededor de 130 mil toneladas anuales de jurel y caballa”.

El jefe de plantas recalca que hoy se trabaja para que la mayor cantidad posible de esta pesca se procese para elaborar productos de consumo humano directo, pero ello reviste desafíos importantes. “Las claves para lograr este gran objetivo radican en tener una muy buena coordinación con nuestra flota, para de ese modo evitar que los barcos lleguen juntos. Es fundamental programar los arribos de las naves y su valiosa pesca para que las plantas no se atoren y puedan extender sus operaciones de manera fluida. Lo ideal es que llegue un barco al día o día y medio para alcanzar a procesar de manera adecuada el pescado”.

Piazzano explica que estadísticamente los primeros seis meses de la temporada suelen

sería prácticamente en vano. Por esta razón, otro tema de gran relevancia es el óptimo funcionamiento de los equipos y líneas de procesamiento para que estos no fallen, sean rápidos y confiables. “Siempre debe haber una estrecha coordinación con quienes realizan las mantenciones, ya que ellos son los únicos que pueden asegurarnos fiabilidad en nuestros procesos. Para eso se programan inspecciones y revisiones periódicas cuando las máquinas de las plantas se detienen luego de procesar la pesca”, afirma el jefe.

Otro factor de suma importancia para el desempeño eficiente de las plantas es aquel que dice relación con la fidelización del personal. Hoy trabajan en consumo humano alrededor

| Cristián Piazzano, Jefe de las Plantas de Consumo Humano |

consumo humano:

La pesca como alimento sano y saludable

ser muy buenos y que en ese mismo periodo la pesca está relativamente cerca de la costa, mientras que en el resto de la temporada la pesca está más dispersa y esquiva. “Tenemos entonces que sacar el máximo provecho a esta pesca más fácil, que a su vez es más barata (en términos operacionales) y más fresca, mientras que la del segundo semestre puede tener otro uso más diverso”.

Fierros y equipo humano: eslabón crucial

Sin plantas eficientes para procesar y empaquetar la pesca, el intenso trabajo de flota



de 700 personas. “Queremos que ellos se sientan a gusto, que tengan ganas de venir a trabajar cada día y que hagan las cosas bien”, recalca Piazzano. “Nos esmeramos por brindarle un buen trato a nuestros trabajadores y para eso estamos siempre atentos a los detalles, desde lo que es su ropa, hasta el casino, los saludos en los días especiales, etc. Queremos que la gente esté a gusto”, subraya.

Operaciones continuas

Tener plantas compitiendo al interior de la misma empresa por la pesca tiene sus beneficios, dice Cristián Piazzano, pero la cadena de producción es vertiginosa. “La pesca tiene su prioridad en las plantas de consumo humano, donde se realiza un proceso de selección sumamente exigente, con una clasificación clara de los insumos de acuerdo al producto final al que el pescado será destinado, ya sea por su tamaño o la condición externa. Toda la materia prima es bien aprovechada”.

Esta realidad se conjuga con otro fenómeno muy frecuente: la rotación de personas que trabaja en las plantas pesqueras por temporadas. “Si bien en esta zona de Coronel hay altos índices de cesantía, la gente que hay disponible no siempre está realmente preparada para desarrollar las funciones que se les encomendarán. Ellos no solamente deben saber cómo se colocan, por ejemplo, los pescados dentro de cada tarro, sino también cómo comportarse en sus puestos de trabajo, realizar bien las tareas que se les encomiendan, llegar a la hora y no tener malas prácticas, por nombrar algunas”, dice Piazzano.

Asegura que el 80% los trabajadores de FoodCorp tiene claros estos conceptos, pero el 20% restante siempre está rotando, muchas veces con el objetivo de reunir dinero para determinadas inversiones o gastos, pero sin ánimo de mantenerse. “Por ello estamos tratando de consolidar operaciones continuas en nuestras plantas durante todo el año, de manera que la gente mantenga sus puestos permanentemente”.

Para ello –aclara– una de las fórmulas que se están testeando es congelar pesca en temporadas buenas, para luego producir conservas en las temporadas más escasas. “En congelados tenemos la mejor tecnología disponible, pero queremos actualizar los equipos de la planta de conservas, ya que nuestra orientación es hoy hacia el consumo humano”, sostiene.

Una de las cosas en las que esta empresa destaca es que los fierros tienen alma, aclara Cristián Piazzano. “Hay grupos de trabajo muy buenos. A eso se suma que la alta dirección de la compañía tiene una velocidad de respuesta muy poco usual. Es muy rápido y vertiginoso, y siempre están demandándonos cosas”.



Human consumption: Fish as healthy food

Cristian Piazzano is manager of FoodCorp's human consumption plants and points out that their main objective is to take the maximum advantage of the horse mackerel quota assigned to the Company. “Our raw materials are obtained from two main sources. On one side, we purchase to external suppliers, which are mostly small fishermen: sardine, anchovy, and giant squid, and other species we use to produce fishmeal and oil. And on the other side, we have an internal supplier which is our own fleet, capturing around 130 thousand tons of horse mackerel and mackerel per year”.

The plant manager remarks that today they work so most of the catch is processed for the production of direct human consumption products. He says “key to achieve this big objective is having the best coordination with our fleet, avoiding vessels arriving together. It is ideal to receive one vessel a day or day and a half to be able to process fish adequately”.

Personnel seasonal rotation in the fishing plants is other of the aspects that require attention. Piazzano points out that “People available are not always prepared to develop all the required functions”, and although he says 80% of FoodCorp's workers know the correct way to proceed, the remaining 20% are always on rotation, we are now “trying to consolidate continuous all year round operations in our plants, so people remain permanently at their positions. One of the formulas we are trying to achieve this objective is to freeze catch in good seasons, to process it during the scarce seasons”.

Machines and human team: the key link

Without a compromised human group and without efficient plants to process and pack catch, the work of the fleet would be practically in vain. This is why at FoodCorp we give such importance to the wellbeing of our personnel, and the optimal operation and maintenance of equipment and process lines so they don't fail.



Harina de pescado

Pilar de desarrollo para la industria pesquera

La elaboración de harina de pescado sentó las bases para la consolidación de la industria pesquera en nuestra región y hasta hoy se mantiene como uno de los engranajes fundamentales de su desarrollo.

FoodCorp produce hoy alrededor de 37 mil toneladas de harina, que es elaborada gracias a la operación de dos plantas independientes, ubicadas en la misma comuna de Coronel, pero en sectores distintos. La de Lo Rojas –donde están emplazadas las instalaciones principales de la empresa– opera durante todo el año fabricando harina de jurel y caballa, mientras que la que está emplazada en Escuadrón funciona esencialmente en los meses de alta temporada de sardina y anchoa, vale decir entre febrero y mayo. Estos dos recursos son capturados por pescadores artesanales, proveedores nuestros, y barcos de la flota de la empresa.

El jefe de la Planta de Harina, Marcelo Soto Neira, indica que en esta división trabajan alrededor de 90 personas, grupo que comprende también el área de Producción, Mantención y Control de Calidad y Productos Terminados. “Nuestra principal tarea es optimizar al máximo la materia prima y los recursos que son cada vez más escasos. Nuestra pesca de mejor calidad está destinada a elaborar harinas de mejor nivel, que satisfacen las demandas de algunos clientes como aquellos

que están en Japón. Con ambas plantas en funcionamiento, somos capaces de alcanzar un peak productivo de 110 toneladas por hora”, precisa el encargado.

Soto destaca el excelente estado en el que las materias primas llegan hasta las plantas harineras, “lo que se traduce en la elaboración de un excelente producto. Vienen muy bien preservadas en barcos con refrigeración”, manifiesta.

Asia, el gran mercado

Hace dos años FoodCorp puso en funcionamiento una planta especial de homogeneización de harina, la que permite igualar la calidad del producto entregado. “Todos los sacos de un lote mantienen las mismas características, es decir el producto es homogéneo en su totalidad, por lo que le entregamos al cliente final lo que él quiere, minimizando así el trabajo de mezclas que ellos pueden llegar a realizar. Tenemos programas de formulación que abarcan todos nuestros tipos de harina y éstas se elaboran de acuerdo a las necesidades del propio cliente”, comenta Soto.

La harina de FoodCorp se comercializa hoy principalmente en China, Japón, Taiwán, Vietnam y también en el mercado local. Marcelo Soto adelanta que uno de los objetivos

planteados a corto plazo es ingresar nuestro Programa de Aseguramiento de Calidad (PAC) de harina en el Servicio Nacional de Pesca, con miras a abrir mercados como el europeo. “Ya tenemos categorización de planta para cumplirlo, y lo que resta es validar este documento en el Sernapesca. Con ello podremos acceder a nuevos clientes en el Viejo Continente”, subraya.

Hoy las plantas de harina están empeñadas en mejorar permanentemente sus procesos –lo que apunta a elevar la confiabilidad de la cadena productiva– y al mismo tiempo se trabaja en la obtención de algunos recursos distintos mediante, por ejemplo, el mejor aprovechamiento de la pesca o separando aceites con mejores concentraciones de Omega 3. Esto, pensando en mercados más específicos y nuevos clientes.

La planta también elabora aceite de pescado, producto que esencialmente satisface la demanda de clientes nacionales, pero también hay proyectos en carpeta para diversificar la cartera. “El primer semestre de este año enviamos cinco contenedores con aceite a Vietnam, producto que tuvo una muy buena aceptación. Asia es un mercado que nos interesa por el gran crecimiento que está experimentando, por lo que hay una posibilidad muy interesante para explorar”, señala el jefe de planta.

Más limpio, más eficientes

El cuidado por el entorno también ha sido una preocupación constante para la empresa. Algunas de las iniciativas que así lo corroboran están ligadas con la operación del área de harina. Una de ellas es la nueva planta de tratamiento de Residuos Industriales Líquidos (riles), que comenzó a operar en septiembre de 2006 -antes de que entraran en vigencia las disposiciones del Decreto Supremo 90, que regula el vertimiento de riles a los cuerpos de agua- y hoy funciona a la perfección.

Esta planta separa todos los sólidos y restos orgánicos de las aguas que circulan por las áreas productivas de las plantas de procesamiento, por lo que al mar sólo llega agua limpia y transparente, libre de restos de pescado, sangre, escamas o espinas. “Hemos ido a la vanguardia y continuaremos con el mismo espíritu, porque uno de los objetivos de nuestra gerencia es producir cada día en forma más limpia y más eficiente, con menos impacto para nuestro entorno”, precisa Marcelo Soto.

Y el personal es clave para cumplir con éxito este objetivo, puntualiza el jefe de planta. “Ellos tienen asumido ese importante rol, porque ha existido un trabajo de entrenamiento y educación. Con nosotros trabaja gente harinera muy antigua, que hoy se ha adaptado a las exigencias que nos demandan nuestros clientes, nuestro entorno y nuestro medio ambiente”.

Fishmeal:

Pillar for the development of the fishing industry

The production of fishmeal has been the base for the consolidation of the fishing industry in our region, and remains today as one of the main gears of its development. FoodCorp produces around 35 thousand tons of fishmeal, processing at two independent plants, located both in the same Town of Coronel: one is at Lo Rojas, operating all year round, fabricating meal from horse mackerel and mackerel, and the other is located at Escuadron, operating mainly during the sardine and anchovy season.

Marcelo Soto Neira, manager of the fishmeal plants, indicates that around 90 people work in the division, a group that also comprises areas of Production, Maintenance and Quality Control, and Finished Products. The manager says “our highest quality catch is destined to the fabrication of the highest level fishmeal, and this is possible thanks to the excellent state in which raw materials arrive to the plants. With both plants in operation, we are capable of achieving a productive peak of 110 tons per hour”.

Asia, a huge market

Two years ago FoodCorp started operating a homogenization plant, allowing to equalize the quality of the delivered product. Soto comments, “Every bag in a batch has the same characteristics, this means that the product is completely homogeneous. We have formulation programs for all our fishmeal types and these are produced according to the needs of our clients”.

FoodCorp’s fishmeal is sold mainly to China, Japan, Taiwan, Vietnam, and also in the local market. Marcelo Soto mentions that one of the short term objectives, looking towards opening into the European market, is to become part of the Fishmeal Quality Assurance Program (PAC) promoted by the National Fishing Service. He remarks “we already have categorized the plant to comply, and now we have to validate the document with Sernapesca. This will allow us to access new clients in the Old Continent”.

Today, fishmeal plants are keen on permanently improving their process - pointing towards increasing reliability of the productive chain - at the same time we are working to obtain different resources, through for example, best use of catch or separating oils with higher Omega 3 concentrations, all having in mind more specific markets or new clients.

The plant also produces fish oil, a product to satisfy mainly the demand of domestic clients, but there are also projects to diversify the portfolio. The plant manager says “the first semester of this year we sent five oil containers to Vietnam, having a good acceptance. Asia is a growing market in which we are interested, so there are very interesting possibilities to explore”.

(SERNAPESCA is the National Fishing Service)





Visita de ejecutivos de FoodCorp a Apandi, en septiembre de este año.



Visita de la Gerencia de FoodCorp a Liceo A 49 de Coronel.

Trabajadores, medioambiente y comunidad

RSE, un compromiso corporativo



Dirigentes vecinales recorrieron las instalaciones de FoodCorp invitadas como parte del Programa de Responsabilidad Social Empresarial.



Más de 16 personas de distintas áreas de nuestra empresa participan en los cursos de inglés, en sus distintos niveles, dictados este 2007.



Con flores fueron recibidas nuestras compañeras en el Día de la Mujer.



Visita de las familias.

Hace un año, en agosto de 2006, la compañía asumió el desafío de iniciar un proceso de investigación respecto de las necesidades y preocupaciones de los trabajadores y de la comunidad aledaña a la planta de Coronel, con el fin de iniciar un trabajo por etapas que arribara en una política de Responsabilidad Social Empresarial para nuestra empresa.

Buscábamos con ello formalizar y sistematizar un trabajo que nos permitiera devolver lo que de ellos hemos recibido, asumiendo un compromiso de colaboración con nuestro entorno y nuestro recurso humano, incorporando voluntariamente a nuestra gestión empresarial diversas prácticas y programas capaces de identificar y solucionar temas de interés mutuo. Es decir, contar con una política clara que nos permitiera enfocarnos en nuestros trabajadores, medioambiente y la comunidad vecina a nuestras operaciones.

Los primeros pasos

Apoyados por un grupo de expertos de la Universidad Austral de Chile, planteamos nuestros objetivos, para luego concordar una definición propia de RSE, declarándola como el “compromiso que asumimos para que nuestra empresa contribuya al bienestar de nuestros trabajadores, de la comunidad vecina a nuestras operaciones y de nuestros clientes, buscando no afectar la capacidad del ecosistema marino de seguir entregando los bienes y servicios que permiten nuestra actividad pesquera.”

En ese sentido, contribuir a la educación de nuestros trabajadores y sus familias, cuidar su salud y calidad de vida, fortaleciendo al mismo tiempo la comunicación interna, fueron los principales propósitos planteados en cuanto a nuestra propia gente.

Para nuestra comuna, por su parte, los objetivos fueron también claros, orientándose a fomentar y apoyar actividades de educación y emprendimiento, mantener canales fluidos de comunicación que permitan prevenir y solucionar temas ambientales, realizando además iniciativas que promuevan el desarrollo deportivo y cultural.



Día del papá



Día de la Madre



Capacitaciones



El equipo que colaboró con la Casa Abierta realizada por Foodcorp en el Liceo de Coronel.

Un Programa de Relaciones con la Comunidad

Durante 2007, la compañía encargó a la consultora de comunicación en asuntos locales, Periodistas Asociados, un Estudio de Percepciones en Liderazgos Comunales y Vecinales cuyo objetivo fue generar una planificación de comunicaciones y un programa de relaciones con la comunidad.

Este trabajo busca posicionar a FoodCorp como una empresa valorada y reconocida en la comunidad de Coronel por su desempeño ambiental, buenas prácticas laborales y

promotora del correcto ejercicio de la Responsabilidad Social en el sector pesquero local.

Con esta base de información relevante y con el diseño de instrumentos que guiaran el desempeño comunitario y comunicacional, la empresa comenzó a desarrollar una serie de actividades con un fuerte acento en el equipo humano al interior de la compañía y el inicio de una relación con la comunidad vecina que ha ido tomando cada vez más fuerza.



Esteban Urcelay firma convenio con Liceo de Coronel.



Durante la firma del convenio, Esteban Urcelay junto al gerente de Asipes, el alcalde de Coronel y Victor Aravena, alumno destacado del Liceo.



Celia Aguilar, junto a niños de APANDI.



Cada miércoles, alumnos de Cuarto Medio del Liceo de Coronel visitan las instalaciones de nuestra empresa con el fin de conocer el proceso productivo de la industria.

Workers, environment and community CSR at FoodCorp, a corporate compromise

In August 2006 the company assumed the challenge of researching on the needs and worries of its workers and communities neighboring their facilities at Coronel, with the objective of developing a Corporate Social Responsibility policy (CSR) for the Company.

We sought to formalize and systematize work allowing us to give back what we had received, assuming a compromise of cooperation with our environment and our human resource; voluntarily incorporating several practices and programs capable of identifying and solving issues of mutual interest to our management. We mean having a clear policy allowing us to focus our operations in our workers, the environment, and community.

We then developed our objectives and agreed upon our definition of CSR, declaring it as the “compromise we assume to contribute to the wellbeing of our workers, the neighboring community and our clients, seeking not to affect the capability of the marine ecosystem of delivering goods and services allowing our fishing activity.”

A Community Relations Program

During 2007, after developing the required studies, the company worked together with consultants to develop a communication plan and a community relationships program, beginning with the development of several activities emphasized in the human team within the company, and start developing relationships with the neighboring communities, which have been gaining more strength.

Los Comités Paritarios tienen por ley la función de capacitar a los trabajadores en las normas de seguridad e higiene y velar por que la empresa cumpla con la entrega de elementos de protección personal de acuerdo a los tipos de faenas realizadas.

COMITÉ PARITARIO

“Los trabajadores han asumido su rol como protagonistas en el tema seguridad”



El trabajo desarrollado por el Comité Paritario de FoodCorp es hoy sin duda motivo de orgullo para cada uno de los miembros de nuestra empresa. Gracias a un labor realizada en forma sistemática y coordinada con el departamento de Prevención de Riesgos, ha logrado una notable disminución de los índices de accidentabilidad, trayendo además con ello el reconocimiento entre sus pares de la industria pesquera.

Así lo señala satisfecho Carlos Rodríguez, presidente del Comité: “En estos años, no sólo nos hemos validado ante la gerencia como un ente que aporta, sino también frente a otros comités. El 2005 fuimos premiados por nuestros

logros y cada vez que vamos a algún encuentro nos ponen como ejemplo, pues éste es uno de los pocos comités en que los trabajadores tienen un rol relevante y activo en las propuestas de seguridad.”

Compuesto por tres trabajadores elegidos mediante votación directa y por tres representantes de la empresa, desde el año 2001 está dirigido por los propios trabajadores, cambiando la tradición de ser una instancia siempre liderada por un miembro de la plana ejecutiva de la compañía. Ese año -comenta Carlos Rodríguez- tuvimos una altísima participación de los trabajadores, lo que nos permitió convencer a quienes dirigían la empresa

de que estábamos suficientemente maduros para enfrentar los temas de seguridad. Les pedimos que nos dieran la oportunidad de dirigir el comité, cosa que fue tomada de buen agrado por la gerencia de ese tiempo”.

Desde ese entonces, el trabajo ha sido un trabajo bien hecho. Los primeros programas apuntaron a mejorar las condiciones de infraestructura de la empresa con el fin de tener un área segura para trabajar. “Una vez que logramos este primer objetivo -dice el presidente- comenzamos a trabajar con la gente, pues ahora dependía de ellos usar los elementos para su protección de buena manera. Poco a poco fueron internalizando el concepto

Gracias a una labor realizada en forma sistemática y coordinada con el departamento de Prevención de Riesgos, el comité paritario ha logrado una notable disminución de los índices de accidentabilidad, trayendo además con ello el reconocimiento entre sus pares de la industria pesquera.

de autocuidado y hoy los trabajadores han asumido su rol como protagonistas en el tema seguridad. Estamos sin duda en un muy buen pie, pues antes el trabajador tenía la idea que era la empresa, el jefe de área quien tenía que cuidarlo, preocupándose de que no se accidentara, y hoy estamos trabajando en base a un modelo de autocuidado que nos ha dado muy buenos resultados”.

¿Y cómo funciona el sistema de trabajo?

- Trabajamos en base a propuestas y posibles soluciones, pues no se trata de llevar sólo problemas a las instancias superiores. Se hace un programa base, distribuimos las tareas, y cada uno se hace cargo ya sea de las capacitaciones o de las instrucciones de seguridad, las inspecciones o las charlas de 5 minutos. En todo esta labor se va recogiendo información en terreno, la cual se analiza para luego entregar las propuestas a la empresa. Lo más destacable en este sentido es la confianza y diálogo permanente y fluido que hemos logrado entre los trabajadores y el comité. Hoy es habitual que se acerquen a nosotros para traer sus sugerencias y plantear sus necesidades.



En primer plano, Eduardo Fuica, Carlos Rodríguez, Carlos Roa, Cecilia Lara y Hernán Muñoz. Atrás, Orlando González, Guillermo Roa, Gonzalo Barahona, Marcelo Soto y Eduardo Troncoso.

Workers and the Safety Committee: Main characters of their safety

Thanks to systematic and coordinated work with the Health and Safety Department, FoodCorp's Safety Committee has achieved an important reduction in accident incidence rates, obtaining recognition by their peers in the fishing industry.

Composed of three workers elected through direct voting and three Company representatives, from year 2001 it has been directed by workers, in a well done job. The first programs pointed towards improving infrastructure in the Company, building a safer workplace. Once this first objective was achieved, we started working with people, who slowly internalized the concept of self care. Today workers have assumed their role as main characters in the safety issue.

Our working system is simple, based upon proposals and possible solutions arisen from the shop, because workers are the ones who approach the leaders of the Committee to hand in their suggestions and needs.



prevención de riesgos: Trabajar por la vida de las personas

Prevención de Riesgos está hoy liderando un proyecto de envergadura mayor. Después de un arduo trabajo de muchos años, en que han logrado minimizar las tasas de accidentabilidad e incorporar una cultura preventiva transversal a toda la organización, hoy enfrentan un desafío mayor.

Bajo el supuesto de que al interior de las propias empresas existe una gran reserva de oportunidades de mejoramiento por la vía de una gestión que incorpore a sus desafíos el control de desperdicios, defectos y daños en sus procesos operacionales, han impulsado hoy el Sistema de Gestión "Contigo siempre FOODCORP", una herramienta de gestión preventiva orientada al aseguramiento y mejoramiento continuo de la Productividad, Calidad, Seguridad y Medio Ambiente. Son éstas las áreas involucradas. Y tal como señala Andrea Rodríguez, jefa del Departamento de Prevención de Riesgos y coordinadora del programa, "hoy estamos trabajando con toda la organización con el objetivo de lograr que cada área integre en su gestión a las otras áreas, de tal modo que Producción, por ejemplo, no sienta que su función es sólo producir sino, también, producir con calidad, seguridad, en respeto del medioambiente y previniendo posibles accidentes". Si somos capaces -señala- de

trabajar bajo una sola estrategia y constituir una sola prioridad, la del 'Trabajo bien hecho' podremos además optimizar el uso de los recursos, mejorando nuestros procesos y, por ende, nuestros resultados operacionales".

Un necesario cambio de mentalidad

En 1998, nuestra compañía tomó la decisión de comenzar a hacer las cosas mejor. Por aquel entonces, el tema de producir limpio, en condiciones seguras y sin riesgo para las personas no era una prioridad. Había que producir para competir en los mercados y ese era el principal norte que guiaba el accionar.

El actual Departamento de Prevención de Riesgos comenzó lentamente a tomar forma, asumiendo el desafío de revertir algunas cifras que a nadie llenaban de orgullo: 500 días perdidos mensuales por accidentes del trabajo fue el escenario con que se encontró Andrea Rodríguez al incorporarse como encargada de esta naciente área. "Cuando llegué a la empresa, poco se hacía en cuanto a prevención, pero había un compromiso declarado de la Gerencia por mejorar nuestros estándares en este tema. Poco a poco fuimos sumando voluntades y después de efectuar una auditoría para revisar nuestros niveles de cumplimiento legal,

comenzamos a aplicar un programa descentralizado de prevención de riesgos, en donde se tomara este trabajo como política de la empresa y como una función más de todas las personas de la organización. Y la verdad es que al poco tiempo comenzamos a ver los resultados: del 25% de accidentes que teníamos en el año 98, fuimos bajando gradualmente año a año, hasta alcanzar una tasa de accidentabilidad de 6% en el 2006".

En un trabajo mancomunado con la gerencia de Operaciones, Prevención de Riesgos conquistó luego una nueva victoria. "Mejorar las condiciones de nuestra empresa para cuidar mejor a las personas fue una de las metas que nos propusimos en aquel entonces, señala Andrea. Cuando tuvimos aseguradas estas condiciones, comenzamos una intensa agenda de capacitaciones que permitieron un efectivo cambio de mentalidad, en que por primera vez se consideraba a las personas como el principal recurso de una empresa. Hoy hemos logrado no sólo este cambio, sino también una efectiva política de autocuidado, en que cada trabajador ha aprendido a cuidarse a sí mismo. Fue un trabajo muy duro, pero con gran apoyo, y hoy estoy muy conforme con lo realizado, pues más allá de aportar a la calidad de vida de las personas, creo que realmente hemos logrado

desarrollar un cambio de cultura en relación a evitar accidentes no sólo a nivel laboral sino también para cada trabajador y sus familias.

¿Cuáles son hoy tus desafíos?

- Con el cambio de ley, aumentamos nuestra dotación de trabajadores de 400 a 1200. Si bien tenemos una planta segura, y contamos con las condiciones adecuadas, debemos hacernos cargo ahora de capacitar a quienes han recientemente ingresado a nuestra empresa, fomentando en ellos también la cultura preventiva que hemos logrado desarrollar en el resto de los trabajadores... Como puedes ver, este es un trabajo de nunca acabar... pero lo que realmente quisiera es innovar, lograr nuevos programas, capacitar gente en áreas en las que aún no nos hemos involucrado. También seguir trabajando con las familias, porque es importante tenerlas arraigadas a lo que es la vida del trabajador.



Guillermina Bobadilla, Andrea Rodriguez y Susana Hernández.

Beneficiar la calidad de vida de las personas exige ir mas allá de la ley. Este es el desafío en el que se encuentra hoy el Departamento de Prevención de Riesgos de FoodCorp, incorporando a sus procesos un sistema integrado de gestión que permita no sólo administrar riesgos sino, efectivamente, hacer prevención.

Health and Safety: Working for the life of people

Improving the quality of life of people requires going beyond the law. This is the challenge of FoodCorp's Health and Safety Department, to incorporate the process into an integrated management system allowing not only managing risks but effectively preventing them.

The Health and Safety Department has started slowly, assuming the challenge of reverting some figures that did not make us proud: 500 monthly lost days due to work accidents was the scenario faced by Andrea Rodriguez when she joined as leader of this new area. After hard work, the first results started to appear: Andrea points out that starting from 25% we gradually started to lower each year, achieving a 6% accident incident rate in 2006.

Today, under the premise that in most companies there is a number of opportunities to improve through incorporating the challenges of waste, defect and damage control into operational processes, we have promoted the Management System we call "FoodCorp always with you", a preventive management tool oriented towards continuous improvement of Productivity, Quality, Safety, and the Environment.

These are the main areas involved. And as Andrea Rodriguez, chief of the Health and Safety Department and program coordinator points out, "today we are working through all the organization to achieve integrating management through every area, for example, Production must not feel that their sole objective is to produce, but perform their objective with quality, safety, protecting the environment, and preventing possible accidents. If we are capable of working under only one strategy and constitute one priority - "work well done" - we will be able to optimize resource use, improving our processes and at the same time our operational results".

Which are your challenges today?

- With the changes in the law we increased our workforce from 400 to 1,200 people. Although we have a safe plant, and we have all the proper conditions, we must now train those who have recently joined the company, developing in them a preventive culture that we have already developed in the rest of our workers... As you can see this is a never-ending work... but what I would really like to do is to innovate, develop new programs, train people in areas where we have not yet been involved. Also working with the families of our workers, because it is very important they know about the life of our workers.

Poco a poco, trabajando a corto plazo, materializando proyectos y emprendiendo luego otros, el Club Deportivo, Social y Cultural de FoodCorp avanza a paso tranquilo, sumando cada día a más y más personas a sus filas.

Hace sólo un año que su actual presidente, Marcel Bichón, asumió como su encargado. Y desde entonces ha ido dando forma a un nuevo concepto para el club, uno en el cual se incorporaran otras disciplinas. “Queríamos ir más allá, buscar nuevas áreas en las que trabajar, más allá de lo deportivo propiamente tal. Hicimos un plan de trabajo y una encuesta para ver



CLUB DEPORTIVO, SOCIAL Y CULTURAL

Beneficiado por nuestra política de RSE

qué quería la gente y nos encontramos con sorpresas, como por ejemplo el interés por la aeróbica, el teatro o el folclore”.

Con los resultados bajo el brazo, se abocaron a desarrollar programas para las primeras preferencias indicadas, es decir, fútbol, vóleybol, básquetbol y aeróbica. “Estábamos recién empezando y no podíamos hacer todo de un viaje, así es que partimos con un campeonato de baby que entusiasmó a mucha gente”.

Un acuerdo beneficioso

Durante este año, nuestra empresa inició una sostenida relación con el Liceo A 49, de Coronel, como parte de su política de RSE. Uno de los primeros beneficiados por esta alianza ha sido precisamente el Club Deportivo, Social y Cultural. Tal como explica Bichón, “estamos trabajando de la mano con el Liceo de Coronel, que nos facilita profesores y sala de computación, entre otros, para nuestras actividades. Esa es la gracia de este acuerdo, en que no sólo damos sino que también recibimos”.

Se nota que está contento con lo logrado y ya piensa en los nuevos proyectos: impulsar fuertemente el área social del club, armar nuevos grupos para clases de computación y una escuela de fútbol infantil, partir con los cursos de teatro y fotografía, dar forma a una biblioteca comunitaria y potenciar el grupo folclórico que ya cuenta con un estupendo profesor y que antes de fin de año debería dar más de una sorpresa.

Sport, Social, and Cultural Club Benefits of our CSR policy

Slowly, working on a short term basis by materializing projects, and then beginning new ones, the FoodCorp Sport, Social, and Cultural Club is slowly developing, growing and joining people each day.

Last year president Marcel Bichón assumed as director and his work has been to develop a new concept for the Club, incorporating other disciplines. “We wanted to go further, seek new areas in which to work in, go beyond a typical sports club. We made a work plan and surveyed what people wanted, finding many surprising facts, such as an interest for aerobics, theatre, and folklore”.

With these results and during the first semester of this year we focused in developing programs for most preferred activities: football, volleyball, basketball, and aerobics. “We are only beginning and we cannot do everything at once, so we begun through a baby-football championship that has delighted many”.

A good agreement

During the year, as part of the CSR policy, our Company begun a relationship with the A-49 school of Coronel. One of the first favored with the agreement was the Sports, Social, and Cultural Club. As Bichón explains “we are working together with the School of Coronel, their teachers and using the computing room among others for our activities. The good thing of the agreement is that we not only give, but we also receive”.

You can tell he is happy with the achieved things, and is thinking in new projects: to actively promote the social area of the club, conform new groups for computing classes, and a junior football school, to begin theatre and photograph clubs, start building a community library, and powering the folkloric group which already has a great teacher and that before the end of the year should give us more than one surprise.

| José Rivera, Presidente Sindicato nº2 |

| Juanita Silva, Presidenta Sindicato nº1 |



SINDICATOS en Foodcorp:

“Nuestra carta de presentación
es el trabajo que ejecutamos”

Dos sindicatos existen hoy en FoodCorp, el Sindicato Nº 1, de Conservería, liderado por Juanita Silva, y el Nº 2, de Planta de Harina, presidido por José Rivera, con 70 y 130 socios, respectivamente. Hace dos años, éste último cambió su nombre a Sindicato de Trabajadores de FoodCorp, pensando por un lado en abrir las puertas a todos los trabajadores y, por otros, vislumbrando la posibilidad de contar algún día con una sola organización sindical.

A través de las negociaciones colectivas que se llevan a cabo cada dos o tres años, presentan a la empresa sus peticiones, logrando en general resultados que dejan a todos satisfechos. Y tal como señala José Rivera, la relación con la empresa siempre ha sido fluida, lo que es valorado por los trabajadores a quienes representa. “Como dirigente,

he tenido la suerte de mantener una buena comunicación con la Gerencia, la que siempre ha tenido con nosotros una política de puertas abiertas. Los principales ejecutivos de esta empresa siempre han estado llanos a escuchar nuestras necesidades y eso es algo que cada uno de nosotros valora y aprecia.”

¿Cuáles han sido los grandes logros que han tenido en estos años?

- Se han logrado algunos bonos que nunca habíamos tenido, de vacaciones y para un paseo exclusivo de los trabajadores del sindicato, por ejemplo. También el derecho a colación, para todos por igual, cosa que tenemos desde que se abrió el casino y que antes se materializaba a través de otro bono específico para colación.

La carta de presentación, a la hora de las peticiones, es el trabajo que ejecutan los trabajadores. Un trabajo que a juicio de José Rivera es un trabajo profesional y comprometido, lo que es apreciado por la plana gerencial. “Estamos muy orgullosos del trabajo que se hace en Planta de Harina. La gente tiene la camiseta muy puesta, la mayoría de los trabajadores llevan ya muchos años y hay una baja rotación de personal. Somos además muy respetuosos con el resto, y así también pedimos que nos respeten. Todo esto se refleja en que

siempre hemos logrado acuerdos con nuestra empresa a la hora de las negociaciones”.

Motivación sindical

Como presidenta del Sindicato nº 1 de Congelados de FoodCorp, Juanita Silva no duda en confesar que siente una gran motivación por realizar el trabajo de dirigente sindical que hoy la ha llevado incluso a la vicepresidencia de la Fesip. Sin embargo, opina que aún queda mucho por recorrer, porque “queremos que

las empresas pesqueras sean equitativas en repartir sus logros. En FoodCorp hemos avanzado mucho y siempre hay pequeños detalles que indican que vamos por la dirección correcta. Existe un criterio más amplio que hace diez años para abordar los problemas y necesidades y en todo esto se nota la mano de los actuales dueños de la empresa y su interés no sólo por su compañía, sino también por la gente que la compone.”

A través de las negociaciones colectivas que se llevan a cabo cada dos o tres años, presentan a la empresa sus peticiones, logrando en general resultados que dejan a todos satisfechos.

Unions:

“Our cover letter is the work we perform”

Today there are two unions at FoodCorp, Union N° 1 from canning and N° 2 from the Fishmeal Plant, with 70 and 50 members respectively. Two years ago, the latter changed its name to FoodCorp Workers Union, with the objective of accepting every worker and seeking the possibility of one day consolidating into only one union.

Through collective negotiations carried out every two to three years, the union presents the Company their requests, normally achieving results that satisfy everybody. And as José Rivera, president of Union N° 2 points out, the relationship with the company has always been fluid, which is valued by the workers he represents. “As a leader I’ve had the luck of keeping good communications with Management, who have always had an open door policy towards us. The main executives of the company have always been open to listening our needs, and this is something that each and everyone of us values and appreciates.”

Our cover letter, when making a request, is the work performed by each and everyone of the workers. Work that according to José Rivera is professional and compromised, and this is valued by management, reflected in achieving good agreements when negotiating”.





| Rodrigo Sarquis, Presidente de ASIPES |

RODRIGO SARQUIS

“ Debemos asegurar la sustentabilidad del recurso ”

¿Cuáles son a su juicio los grandes beneficios del sistema de Límite Máximo de Captura (LMC), que es la base de la administración de la pesca extractiva en Chile desde el año 2001?

- Los LMC permitieron realizar un profundo ajuste en varias pesquerías, siendo la más importante, el Jurel. Producto de este sistema hay un cambio en el énfasis, la carrera olímpica termina y se da comienzo a un nuevo periodo basado en la calidad de la materia prima, que posibilita un gran desarrollo en plantas de consumo humano, tales como conservas y congelados, agregando valor a cada uno de los productos. Otro de los efectos relevantes de la implementación de este sistema fue la estabilidad laboral para la gran cantidad de trabajadores que se desempeñan en el sector pesquero.

¿Cómo observa usted que este sistema de LMC ha repercutido en el trabajo que desarrollan los miles de trabajadores que dependen directamente de la industria pesquera?

- El empleo hoy, tiene algunas características que lo diferencian del pasado, ha bajado en forma importante la accidentabilidad del sector,

vemos menos conflictos laborales, aumento de la capacitación y remuneraciones más altas, hay una relación más franca y directa; en fin, sin lugar a dudas con este sistema hay una mayor estabilidad en el sector que va en abono de una mejor relación laboral. Pensando en que las cuotas asignadas cada año no tienden a aumentar en el tiempo, sino por el contrario, a mantenerse o reducirse,

¿Cuál cree usted que es entonces la mejor veta de desarrollo para la industria pesquera nacional?

- Hoy la base para fijar las cuotas es la investigación y después de cinco años vemos que las cuotas varían marginalmente en la mayoría de los recursos. Por lo anterior, no hay empresas en la zona centro sur que no vean en el valor agregado una veta de crecimiento, por eso en los últimos años hemos visto la construcción de varias plantas de congelado y la mejora en varias conservas. También en forma muy importante la gran mayoría de las empresas ha incursionado en la Acuicultura en sus diversas formas, Salmones, Choritos, Abalones y Ostiones. Sólo las empresas de la I Región siguen con la idea de que su crecimiento va por el aumento de las cuotas, tema por lo demás que no compartimos.

¿Cuáles son los principales logros en materia ambiental que han materializado las empresas pesqueras y, al mismo tiempo, los desafíos que se vienen a futuro en esta área?

- No ha sido fácil compatibilizar los aspectos productivos con el legítimo derecho de los ciudadanos a vivir en un entorno agradable, sin lugar a dudas los grandes avances han sido el tema de los riles y el cumplimiento del Decreto 90, y el menor impacto que tiene la producción industrial en el tema olores, dado que la pesca esta organizada bajo un sistema de LMC. Respecto del procesamiento de la pesca artesanal, somos de la idea de seguir con el ordenamiento actual y así no afectar a la comunidad durante febrero y marzo.

¿Cuáles son las tareas que Chile, como potencia pesquera mundial, debe tener en su agenda país para potenciar esta actividad y asegurar su sustentabilidad en el tiempo?

- Sin lugar a dudas la creación de una Organización Regional de Pesca para el Pacífico Sur Oriental, tal como hemos venido sosteniendo. Actualmente hay tres grandes flotas ejerciendo esfuerzo sobre esta pesquería,

la peruana, los barcos factorías que operan frente a nuestras costas de países tan variados como China, Rusia, Holanda y otras de banderas de conveniencia. Hoy sólo la flota chilena está sometida a medidas de conservación y el desafío que tenemos es lograr incorporar éstas al resto de los países que participan en la pesquería. Sólo manejando el recurso jurel con buena información podremos asegurar su utilización en forma sustentable y así aprovechar sus beneficios en el futuro.



Los LMC permitieron realizar un profundo ajuste en varias pesquerías, siendo la más importante, el Jurel.

Rodrigo Sarquis, chairman of the Board “We must ensure the sustainability of the fisheries”

In your opinion, which are the main benefits of the Maximum Catch Limit (LMC) system on which the Chilean extractive fishing management is based from year 2001?

- LMC allowed performing a deep adjustment in several fisheries, being the most important that of horse mackerel. Because of this system there has been a change in emphasis, the Olympic race ends and a new period based on the quality of the raw material has started, allowing the development of human consumption plants, such as canning and frozen products, adding value to all the products. Other relevant effect of the implementation of this kind of system has been stability for most of the workers of the fishing sector.

How do you think that this LMC system has affected the work developed by thousands of workers depending directly of the fishing industry?

- Today's job has some characteristics different to the past, accident incidence rates have been importantly reduced, we also see less labor conflicts, more training, and higher wages. There is a more straightforward and direct relation; with no doubt this system brought stability in the sector, promoting better labor relations.

Quotas assigned each year are not tending to increase in time, but on the contrary, are kept or reduced, what do you think is the best development area for the national fishing industry?

- Today quotas are calculated through research, and after five years we have seen that quotas vary very little for most of the resources. Because of this, almost all companies in the center-south zone rely on added value to grow; we have seen in the last years the construction of several frozen product plants and improvement in canning plants. Also, most of the companies have entered into aquaculture, especially Salmon, Mussels, Abalones and Oysters. Only companies in the 1st Region continue with the idea that growth goes through quota increases, issue we do not share.

Which would you think are the main environmental achievements of fisheries, and what are the future challenges in the area?

- It has not been easy to pair productive aspects with the right of citizens to live in a clean environment, with no doubt the biggest improvements have been in wastewater management, complying with D.S 90, and reducing the impact of industrial production under a LMC system on the odor issue. On the processing of small fishermen production we keep the idea of continuing with the current organization and thus not affecting the community during February and March.

Which are the tasks Chile, as fishing world power, must have in their country agenda to promote sustainability of the activity?

- As we have been saying, with no doubt is the creation of a Regional Fishing Organization for the South Eastern Pacific. Today there are three big fleets extracting from this stock, the Peruvian fleet, factory vessels from China, Russia, Netherlands, and other convenience flags operating far off our coasts. Today, only the Chilean fleet is subject to conservation measures, and the challenge is to incorporate these considerations to the rest of the countries participating of the stock. Only managing the horse mackerel resource with the best information available we can assure its sustainable use and take advantage of its benefits in the future.