



IV Evento Internacional de Indicaciones geográficas y Marcas colectivas 9 de diciembre 2021



Paola Guerrero Andreu, abogada, Coordinadora programa Sello de

Marcas

Sello de Origen

Agregar valor a productos tradicionales chilenos



- La iniciativa nace el año 2012 en un trabajo conjunto entre el Ministerio de Economía e INAPI;
- La propuesta de valor de este programa es favorecer la preservación y estimular las formas particulares de manufactura y de producción tradicional, a la vez que potenciar la asociatividad en las comunidades, usando herramientas propias de la propiedad intelectual;
- Estas herramientas son las <u>indicaciones geográficas</u>, <u>denominaciones de origen, marcas colectivas y de</u> certificación.

Objetivos

¿Qué busca el Sello de Origen?

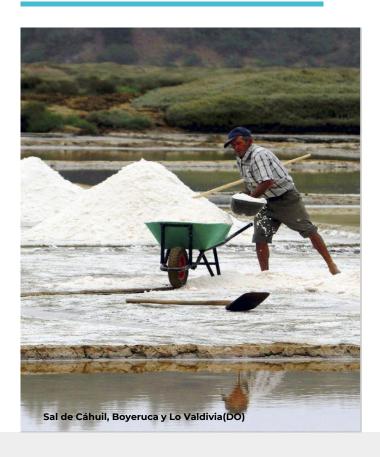


Los productos con Sello de Origen



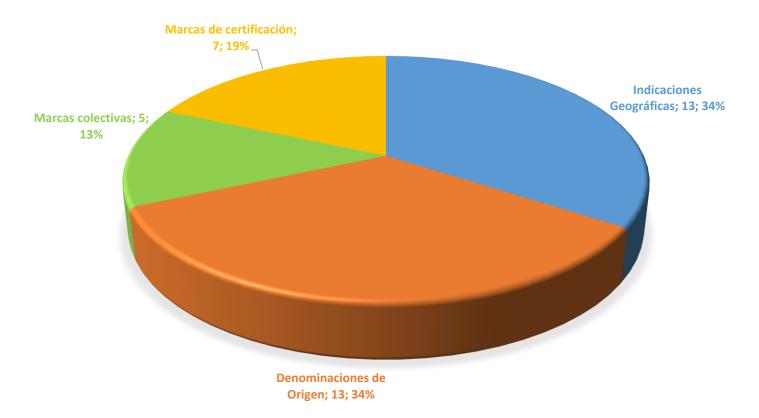
- 38 productos forman parte actualmente el catálogo;
- Productos de distinta naturaleza: artesanías, productos silvoagropecuarios/agroindustriales, frescos, procesados, del mar;
- Diversas entidades solicitantes: GORES, Municipios, Asociaciones de productor@s, Asociaciones de artesan@s, agrupaciones funcionales.

Los territorios vinculados



- Territorios con una alta densidad cultural y patrimonial;
- Cúmulo de prácticas y reproducciones simbólicas;
- Patrimonio tangible como acervo cultural;
- Promoción del capital social a través de la asociatividad
- Estrategia de desarrollo territorial integral

Distribución por tipo de derecho



Convicciones



- Un producto con Sello de Origen no compite por precio, compite por valor;
- Ningún producto se vende por sí mismo, requiere de servicios asociados;
- Es necesario desarrollar estrategias de identidad;
- Los productos de origen protegidos demandan experiencias integradas;
- Los productos de origen protegidos requieren del diseño de modelos de negocios ajustados a sus propósitos y a la propuesta de valor.

Desafíos



Reglas comunes para todo@s.

Tod@s aceden a la misma información, existe una toma de decisión efectiva y eficaz.

Uso efectivo del Sello de Origen

Diseño de modelos de negocios que estén ajustados al propósito y a la propuesta de valor

Beneficios colectivos.

Creación de lazos de confianza: compromiso, competencia, comunicación asertiva y comprendida, colaboración.

Velar por el buen uso del Sello de Origen.

Controles productivos/trazabilidad.

Acciones de observancia

Trabajo en alianzas.

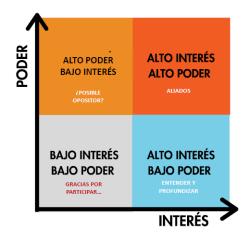
No pueden sol@s

- Las Organizaciones vinculadas a productos de origen son esfuerzos de acción colectiva;
- Requieren de servicios adicionales;
- Normalmente tienen **recursos limitados** lo que proporciona el terreno para considerar una **serie de alianzas** para lograr sus proyectos a largo plazo
- La red de posibles aliados puede ser amplia y puede incluir, entre otros, entidades gubernamentales, organizaciones con objetivos similares, actores de la cadena de valor, agencias de financiamiento;
- La cooperación con instituciones académicas y de investigación para fortalecer la agenda de conocimiento de producto y control de especificaciones y trazabilidad es crucial.

Fuente: Luis Fernando Samper. Mentorías INAPI+Origen, 2021

Mapa de actores

- 1. ¿Quienes están involucrados con la situación?;
- 2. ¿A quién/es debo movilizar para que la situación cambie?;
- 3. ¿Quienes se beneficiarán con el cambio?;
- 4. ¿Con quién trabajar?
- 5. ¿Quién es la contraparte en el territorio?



Fuente: Luis Fernando Samper. Mentorías INAPI+Origen, 2021

Fortaleciendo productos con tradición e historia



- Actividad de carácter concursal, convocado por INAPI con el apoyo de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual OMPI;
- Dirigida a productos que cuentan con Sello de Origen;
- Comprende tres etapas;
- Formato 100% vía telemática;
- Actualmente estamos en la última etapa.

Programa de Formación: "Mi Origen, mi valor"



Aceituna de Azapa (IG)

Aceite de Oliva del Valle del Huasco (DO)

Calidad Aysén Patagonia (Marca Cert.)

Cerámica de Pañul (DO)

Chamantos y mantas corraleras de Doñihue

Chupallas de Ninhue (DO)

Orégano de la precordillera de Putre (IG)

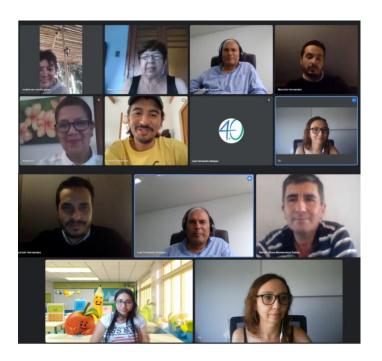
Piedra Cruz de Laraquete (DO)

Alfarería de Quinchamalí (DO)

Sidra de Punucapa (DO)

- 17 postulaciones. 10 productos seleccionados;
- Sesiones con relator@s nacionales e internacionales;
- 21 horas lectivas en sesiones sincrónicas;
- Trabajo individual con tutores internos por cada producto/equipo;
- Presentación ante un jurado en formato pitch elevator;
- Fechas: 12 de octubre al 3 de noviembre de 2021.

Programa Ejecutivo de mentorías: "Conectando Nuestro Origen"



- 9 3 equipos finalistas: Aceitunas de Azapa, Chupallas de Ninhue y Sidra de Punucapa;
- Trabajo focalizado y especializado de cada producto y su equipo con un consultor internacional especializado;
- 18 horas totales de asesoría (6h por producto/equipo) en sesiones sincrónicas vía telemática (confidenciales);
- Temáticas: visión estratégica y propósito, generar valor a los signos distintivos y estrategia de mercado;
- Fechas: 16 al 23 de noviembre.

Programa de mentorías especializado: "Más Origen"



- Dirigido al producto ganador y su equipo: Aceitunas de Azapa;
- 8 horas totales de asesoría con el consultor internacional, en sesiones sincrónicas vía telemática (confidenciales);
- Temáticas: propuesta de valor del producto, creciendo con y para el mercado, articulación con otros sectores económicos del territorio, definición de mercados.
- Anuncio del ganador: <u>3 de diciembre</u>;
- Fechas mentorías: 6, 9 y 13 de diciembre.

Para resumir

Planeación para el éxito de productos con Sello de Origen



- La **estrategia del producto de origen protegido** puede ser una estrategia de territorio o una estrategia de producto (que debe ser compartida con los actores del territorio;
- La **cooperación requiere** conocer la cadena de valor del producto y si los diferentes actores de la cadena de valor pertenecen o no al territorio;
- Al incorporar a otros actores de la cadena de valor, deben compartir la visión del producto.

