

Proyecto financiado por la
Unión Europea



Proyecto de Asistencia Técnica para la Reactivación Productiva Post-Terremoto

Contrato N° LA/2017/391-895

Misión: SISTEMA NACIONAL DE DENOMINACIÓN DE ORIGEN Y SU
APLICACIÓN AL CACAO DE MANABÍ

Informe del documento No. 1

DESARROLLO DEL MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS PARA EL RECONOCIMIENTO, GESTIÓN, CONTROL Y PROMOCIÓN DE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN.

Autor:

William Manuel Ulloa Céspedes

Ecuador, octubre 2019

Consorcio AGRER - TYPASA



Disclaimer:

Este informe ha sido elaborado por el consorcio AGRER-TYPSA con financiamiento de la Unión Europea. Las opiniones aquí expresadas son del consultor y no expresan necesariamente las de la Comisión Europea.



MANUEL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS INTERINSTITUCIONAL PARA EL RECONOCIMIENTO, GESTIÓN Y, CONTROL DE UNA DENOMINACIÓN DE ORIGEN.

TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN	4
2.	MANUEL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS INTERINSTITUCIONAL PARA EL RECONOCIMIENTO, GESTIÓN Y, CONTROL DE UNA DENOMINACIÓN DE ORIGEN.	5
2.1	ANTECEDENTES	5
2.2	SISTEMA INTERINSTITUCIONAL PARA EL FOMENTO Y PROTECCIÓN DE DENOMINACIONES DE ORIGEN (DO) E INDICACIONES GEOGRÁFICAS (IG) DEL ECUADOR.	7
2.3	RECONOCIMIENTO DE UNA DO.....	8
2.3.1	Proceso informativo del concepto y lo que son las Denominaciones de Origen (D.O.).....	9
2.3.2	Primer contacto con “grupo humano” seleccionado en la fase del proceso informativo. 11	
2.3.3	Comunicación formal del “grupo humano”, para la autorización de inicio de construcción del expediente.	13
2.3.4	Construcción del expediente.....	14
2.3.4.1	Mandatos del Consejo Regulador (son mandados emanados en el reglamento del Código Ingenio, capítulo DO).....	15
2.3.4.2	Información básica de contenido para el expediente.....	15
2.3.4.3	Principales puntos del Pliegos de Condiciones de Producción	16
2.3.4.4	Armar el expediente por el “grupo humano”	16
2.3.4.5	Conformación Legal del “grupo humano”.....	17
2.3.5	Declaratoria de la Denominación de Origen.	21
2.4	RESUMEN ESQUEMATIZADO DE PROCESOS PARA OBTENER EL RECONOCIMIENTO DE UNA DO. 22	
2.5	GESTIÓN Y CONTROL DE LA DO.....	23
2.6	PROMOCIÓN DE LAS DO.....	25
2.6.1	El Rol de los Consejos Reguladores para la promoción.....	25
2.6.2	Rol del estado en la promoción en el ámbito internacional.	26
2.6.3	Cómo funcionan los mecanismos de promoción de las DO a nivel de Europa.	26
2.7	ESTRATEGIAS Y MECANISMOS DE PROMOCIÓN DE PRODUCTOS CON DO, TENIENDO EN CUENTA SUS CARACTERÍSTICAS PARTICULARES. 4 CASOS INTERNACIONALES.	27
2.8	CONSOLIDADO DE ROLES DE ACTORES INTERINSTITUCIONALES	33



1. INTRODUCCIÓN

El Proyecto de Asistencia Técnica para la Reactivación Productiva Post-Terremoto financiado por la Unión Europea contrató una Asistencia Técnica Internacional con el objetivo de desarrollar el Sistema Nacional de Denominación de Origen y su Aplicación al Cacao de Manabí.

El documento 1 de la Asistencia técnica Internacional, consiste en un manual de procesos y procedimientos para el reconocimiento, gestión, control y promoción de las denominaciones de origen (DO).

Las actividades realizadas para lograr desarrollar el documento consistieron en: (1) la elaboración de un plan de trabajo, seleccionando actores públicos y privados, claves en DO., (2) la realización de una agenda para la misión de trabajo con Jacques Paloc (INAO Francia), (3) la realización de una reunión de briefing, para inicio de trabajo, (4) las reuniones con actores institucionales, relacionados con DO, en Quito, Manabí, Loja, (5) la realización de reuniones internas, con Jacques Paloc, para valorar y obtener conclusiones a reuniones realizadas con actores, (6) la entrega de resultados de misión de Jacques Paloc a la Comisión Interinstitucional, (7) la sistematización de información obtenida en reuniones realizadas, (8) la edición del documento a ser presentado con todos los elementos de las reuniones.

Para la elaboración del trabajo se utilizaron fuentes primarias y secundarias de información. Las fuentes primarias consistieron en reuniones con los distintos actores, como organizaciones que administran DO., mesas provinciales, Comité Interinstitucional para las DO., SENADI, SAE, entre otros actores institucionales, donde se obtuvo información sobre el estado situacional de las DO en el país, el marco legal e institucional actual de las DO, análisis de procesos y procedimientos para el reconocimiento, gestión y control de las DO. Las fuentes secundarias se basaron en revisión bibliográfica de documentos y publicaciones relacionadas a las DO.

El documento contiene cuatro partes: (1) antecedentes de las DO en el Ecuador, (2) la descripción de los alcances del Sistema Interinstitucional para el Fomento y Protección de las Denominaciones de Origen (DO) e Indicaciones Geográficas (IG) en el Ecuador, (3) los procesos, procedimientos y roles institucionales para el reconocimiento – declaratoria de una DO, (4) los procesos para la gestión, control, promoción de una DO y los roles institucionales.

2. MANUEL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS INTERINSTITUCIONAL PARA EL RECONOCIMIENTO, GESTIÓN Y, CONTROL DE UNA DENOMINACIÓN DE ORIGEN.

2.1 ANTECEDENTES

- Actualmente el Ecuador tiene seis denominaciones de origen protegidas, de acuerdo al siguiente detalle:

DENOMINACIÓN	FECHA RESOLUCIÓN	PRODUCTO QUE PROTEGE
Cacao arriba	13 de febrero de 2009	Cacao
Sombreros de Montecristi	23 de junio de 2009	Artesanía / sombreros
Café de Galápagos	23 de septiembre de 2015	Café
Maní de Transkutuku	30 de diciembre de 2016	Maní
Piyahaya Amazónica de Palora	1 de junio de 2018	Pitahaya
Lojano Café de Origen	30 abril de 2019	Café

- Existe la Ley del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, que reconoce a las Denominaciones de Origen (DO); sin embargo, la ley no es aplicable, en razón a que todavía no está reglamentada para especificar quién hace qué y cómo, y no está descrito el esquema para el proceso de obtención de la DO. La autorización de la gestión directa de la DO por un “grupo humano”, aunque estén bien organizados, no está autorizado. Esta no-autorización, en el contexto actual es muy lógico, en la medida que ninguna regulación o ley autoriza al SENADI para delegar esta misión.

- En el año 2015, El Ministerio de Agricultura y Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) y el Instituto Nacional del Origen y de la Calidad (INAO Francia), firmaron un memorando de entendimiento para la cooperación, orientada a la difusión y protección de las Denominaciones de Origen (DO) e Indicaciones Geográficas (IG). En ese mismo año, se realizó la primera misión del Experto Francés, Jacques Paloc, de INAO, para asesorar los procesos de reconocimiento de la DO del Café de Galápagos. Posteriormente, realizó 3 misiones entre los años 2015 - 2017, para complementar apoyos al reconocimiento del Café de Galápagos y asesorar en los procesos de reconocimiento de Pitahaya de Palora, y, Lojano Café de Origen.

- En el mes de febrero de 2019, se crea el Sistema Interinstitucional para el Fomento y Protección de Denominación de Origen e Indicaciones Geográficas en el Ecuador, conformada por SENESCYT, SENADI, MPCEIP y el MAG, con el objeto de fomentar y proteger las DO. Para coordinar trabajos entre las partes, se forma la Comisión de Seguimiento, conformada por los 4 actores en mención; sin embargo, la Comisión que está a cargo de las DO en el país, no está definido su papel en el proceso de reconocimiento (sus roles y su “poder”), en el Reglamento del Código Ingenio (capítulo DO). Los actores involucrados directamente en la Comisión, reconocen el poco tiempo que pueden dedicar a esta instancia, en razón a que ninguno de los funcionarios tiene como función principal las DO., (gestión, protección, promoción). Lo anterior, sumado a la poca acumulación de conocimiento y experiencias a nivel de las instituciones públicas involucradas (MAG, SENADI, MPCEIP), por la constante rotación de profesionales, perdiéndose de esta manera la memoria histórica de las DO y la



UNIÓN EUROPEA



EL GOBIERNO DE TODOS

ECUADOR

información temática aportada por instituciones como INAO y la generada a nivel de las instituciones en mención.

- Luego de varios años de haber registrado las primera DO., en 2009, son pocos los avances en cuanto al uso de las DO registradas, las cuales prácticamente no operan por la dificultad que se tiene para funcionar como DO., la necesidad de fortalecer en asociatividad y en apropiación de los actores de estas DO.; adicionalmente, el bajo interés y desestímulo de los beneficiarios de las DO., en razón a que a pesar de contar con DO protegidas, sigue habiendo actores “al lado” que usurpan el nombre, el origen. *-El sistema DO sin un reglamento de aplicación a la Ley, pero también en ausencia de una autoridad de control, no puede funcionar-.*

A 10 años de haberse registrado la primera de DO., por SENADI, el nivel de autorizaciones de uso concedidas y en trámite, son realmente muy pocas. El siguiente cuadro da cuenta del poco impacto en cuanto a autorizaciones dadas:

D.O. PROTEGIDAS	CONCEDIDAS	EN TRAMITE
Cacao arriba	3	0
Sombreros de Montecristi	91	0
Café de Galápagos	1	17
Maní de transkutukú	0	0
Pitahaya Amazónica de Palora	2	0
Lojano Café de Origen(*)		

(*) Pendiente para entrega de autorización de administración y uso a la Sociedad de Hecho, por parte de SENADI.

- El organismo rector de los Derechos Intelectuales, SENADI, se encuentra en el proceso de reglamentación del Código Ingenio. La reglamentación de Código Ingenio es de alta importancia para las denominaciones de origen en el país, en razón a la necesidad de contar con los mandatos, reglas, orientaciones, respaldo legal, para el reconocimiento, gestión, control y protección de nombre, del producto, del área geográfica, de una DO Protegida por el Estado Ecuatoriano.

Bajo estas consideraciones, la Asistencia Técnica de la Unión Europea (AT.–UE.), a solicitud de la Comisión Interinstitucional decide contratar una consultoría para desarrollar los elementos del Sistema Nacional de Denominación de Origen, en el Ecuador, que permita agilizar y mejorar el funcionamiento de las DO. En el marco de esta consultoría, se cuenta con el apoyo y acompañamiento técnico de la INAO, por su amplia experiencia de más de 40 años en DO en Francia.

El punto de partida de la consultoría en mención tiene el objeto de elaborar un manual de procesos y procedimientos interinstitucionales, para definir con claridad el rol de cada uno de las instituciones involucradas (quien hace que), **para las fases de reconocimiento, gestión, control y promoción, de una Denominación de Origen.**

A continuación se presenta el documento de propuesta, el cual parte haciendo mención al Sistema Interinstitucional¹, para el Fomento y Protección de Denominaciones de Origen e Indicaciones

¹ Se crea mediante acuerdo interinstitucional, Nro. SENESCYT-MAG-MPCEIP-SENADI-2019-001



UNIÓN EUROPEA



EL
GOBIERNO
DE TODOS

ECUADOR

Geográficas del Ecuador, su objeto, conformación y coordinación interinstitucional; posteriormente, los procesos, procedimientos y roles institucionales para las diferentes fases en mención.

2.2 SISTEMA INTERINSTITUCIONAL PARA EL FOMENTO Y PROTECCIÓN DE DENOMINACIONES DE ORIGEN (DO) E INDICACIONES GEOGRÁFICAS (IG) DEL ECUADOR.

Es importante conocer los alcances del Sistema Interinstitucional, en cuanto a su objeto, conformación, coordinación interinstitucional, funciones y su Comisión de Seguimiento, en razón a que es la instancia con el **rol de fomento y protección de las DO e IG.**, para el Ecuador, por lo tanto, las fases, procesos y procedimientos para el reconocimiento, gestión, control y promoción de las DO, debe estar articulado a este sistema.

A continuación información referencial al Sistema en mención:

Objeto: Conformar un sistema articulado de carácter interinstitucional, para fomentar y proteger las denominaciones de origen e indicaciones geográficas nacionales, y así establecer un escenario que facilite la coordinación interinstitucional con procesos claramente definidos, fortaleciendo la política pública y coadyuvando a potenciar los productos protegidos por esta figura.

El Sistema Interinstitucional comprende el conjunto articulado y coordinado de normas, políticas, instrumentos, procesos, instituciones, entidades e individuos que participan o tienen competencias respecto al fomento y protección de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas nacionales, como elementos fundamentales para generar desarrollo nacional.

Conformación: El sistema interinstitucional está integrado por:

1. **Organismos rectores y de definición de políticas.**
 - a. Secretaria de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación. **SENESCYT.**
 - b. Ministerio de Agricultura y Ganadería – **MAG.**
 - c. Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca – **MPCEIP.**
2. **Autoridad Nacional Competente en materia de Derechos Intelectuales.**
 - a. Servicio Nacional de Derechos Intelectuales – **SENADI.**

Las diferentes instituciones rectoras de la Política Pública que forman parte del sistema interinstitucional, coordinan dentro del ámbito de sus competencias.

3. **Entidades consultivas y de apoyo.** Pueden ser entidades públicas o privadas, nacionales o extranjeras, que de acuerdo a sus competencias puedan brindar apoyo al fomento y protección de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas.
4. **Actores, gestores o beneficiarios de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas,** entre los que constan las personas naturales o jurídicas que se dediquen a la producción, extracción o elaboración de producto o de los productos que se pretendan designar con las denominaciones de origen o indicaciones geográficas; los solicitantes y titulares de autorizaciones de uso; y las agrupaciones de beneficiarios u oficinas reguladoras debidamente autorizadas para ejercer el control efectivo del uso de las denominaciones de origen o indicaciones geográficas protegidas.



UNIÓN EUROPEA

Proyecto de Asistencia Técnica para la Reactivación Productiva Post-Terremoto
Contrato N° LA/2017/391-895



EL GOBIERNO DE TODOS

ECUADOR

Coordinación interinstitucional. La Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, el Ministerio de Agricultura y Ganadería, el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca y el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, coordinarán las actividades operativas de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas nacionales.

Funciones de coordinación:

- a. Identificar nuevas y potenciales denominaciones de origen e indicaciones geográficas, respecto de las cuales se pueda promover su protección;
- b. Elaborar una estrategia de fomento y protección de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas.
- c. Organizar eventos o talleres que permitan evaluar las condiciones y el impacto de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas.
- d. Brindar seguimiento al proceso de trazabilidad de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas existentes;
- e. Diseñar planes conjuntos de difusión o publicidad del sistema de protección de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas.

Para la ejecución del acuerdo interinstitucional se conforma la **Comisión de Seguimiento**, la cual está conformada por:

- SENESCYT. Subsecretaría General de Ciencia, Tecnología e Innovación o su delegado.
- MAG. La Subsecretaría de Producción Agrícola o su delegado. El Proyecto de Reactivación del Café y Cacao Nacional Fino de Aroma o su delegado.
- MPCEIP. El Subsecretario de Negociaciones Comerciales e Integración Económica o su delegado.
- SENADI. La Dirección Nacional de Propiedad Intelectual o su delegado.

Nota: Como se comentó en el punto de introducción, la Comisión de Seguimiento, que está a cargo de las DO en el país, no está definido su papel en el proceso de reconocimiento, sus roles y su “poder”, en el Reglamento del Código Ingenio (capítulo DO).

La Comisión de Seguimiento, en adelante llamada “la Comisión”

2.3 RECONOCIMIENTO DE UNA DO.

El proceso para el reconocimiento - declaratoria de una Denominación de Origen está esquematizado en una serie de pasos, los cuales inician con la entrega de información sobre la D.O., a un grupo de personas, que muestra un primer interés sobre el particular, hasta la declaración de protección emitida por el SENADI.

Pasos del proceso:

- Proceso informativo sobre el concepto y lo que son las DO.
- Primer contacto con el “grupo humano²” en territorio.
- Comunicación formal para solicitar la autorización de inicio de construcción del expediente.
- Construcción del expediente.
- Declaratorio de la Denominación de Origen.

² Representa y agrupa de manera equilibrada a actores de la cadena (productores, asociaciones, transformadores, comerciantes, etc.).



UNIÓN EUROPEA

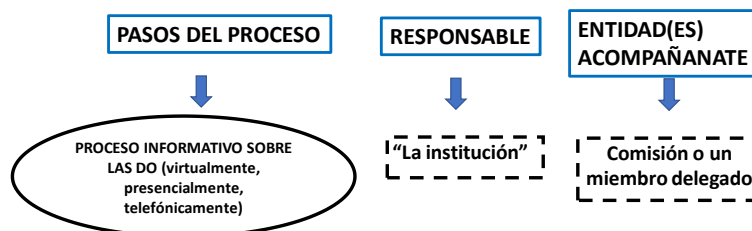


EL GOBIERNO DE TODOS

ECUADOR

Para desarrollar cada uno de los pasos de proceso, inicialmente se presenta un esquema, que incluye: **pasos del proceso, responsable y entidad(es) acompañante(s)**, posteriormente se **describe el proceso, roles de actores** involucrados y finalmente **resultados esperados** para cada fase.

2.3.1 Proceso informativo del concepto y lo que son las Denominaciones de Origen (D.O.).



Descripción del proceso: El proceso informativo de las D.O., tiene las siguientes finalidades:

- Ser un espacio de información para una persona o un grupo de interesados³, que manifiestan un primer interés para prospectar un proyecto de denominación de origen ante el SENADI.
- Facilitar el acceso a información, de fácil entendimiento sobre DO., de manera virtual o impresa, para cualquier persona, “grupo humano”, empresa, institución, en el país.
- Contar con un sitio web de formación temática para cualquier ciudadano que desea por su propia cuenta formarse.

Para adelantar este proceso, es importante contar con actores públicos y/o privados, con las siguientes particularidades:

- Conocimiento amplio del concepto e importancia de las DO.
- Conocimiento a profundidad de los procedimientos para el reconocimiento, gestión y control de las DO.
- Garantía de continuidad en el tiempo, mediante la conformación de un staff base de profesionales competentes, para acompañar y asesorar el Sistema Nacional de Denominación de Origen.

En adelante llamadas “la, o las instituciones”

³ Grupo de actores de una cadena en particular (agrícola, pecuaria, artesanal u otras), o un grupo de actores institucionales de un territorio (que apoyan o desean apoyar a un “grupo humano”).



UNIÓN EUROPEA



EL GOBIERNO DE TODOS

ECUADOR

“La Comisión”, acreditará a “las instituciones” que califiquen los conocimientos.

“las instituciones” calificadas, serán las responsables en esta fase, orientando a las personas, grupos de interesados, para entregar la información ya sea virtualmente, telefónicamente o presencialmente; adicionalmente, manteniendo la comunicación, para garantizar a los interesados en solventar dudas, inquietudes, precisar información, etc.

Es importante señalar que en esta fase “las instituciones” que mantiene el contacto con un grupo que manifiestan un primer interés, deben orientarles desde un inicio en la necesidad de **conformar “un grupo humano”, representativo, como único interlocutor para iniciar un proceso de DO.**

<p>Roles de “las Instituciones” para esta fase.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear productos comunicacionales de fácil comprensión (videos, trípticos, presentaciones, documentos temáticos, etc.). • Centralizar toda la información en un sitio WEB Público (único y oficial). Para esto elaboran un inventario oficial de información D.O.: Información desarrollada por “la Comisión”, visitas oficiales de la INAO en Ecuador, información generada por otros actores institucionales del país o fuera de él. • Velar para que la información se difunda de una manera clara y precisa. Información de fácil acceso para cualquier persona que tiene un interés. • Responder preguntas complejas de las DO., en especial a actores en territorio. • Animar el proceso informativo⁴ con las personas que manifiestan un primer interés. Aclarar dudas, inquietudes, precisar información básica del “grupo humano”, producto, área geográfica, etc. • Generar información a la “la Comisión”, del proceso informativo de las DO. 	<p>Roles de “la Comisión” para esta fase.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Calificar⁵ instituciones privadas y / o públicos. • Orientar a quienes pidan información, al sitio web, y a quienes tienen la información temática (“las instituciones”). • Velar para que la información se difunda. • Promocionar el Concepto de la D.O. (fomento del desarrollo rural, dinamización de la economía, exportaciones, etc.).
--	---

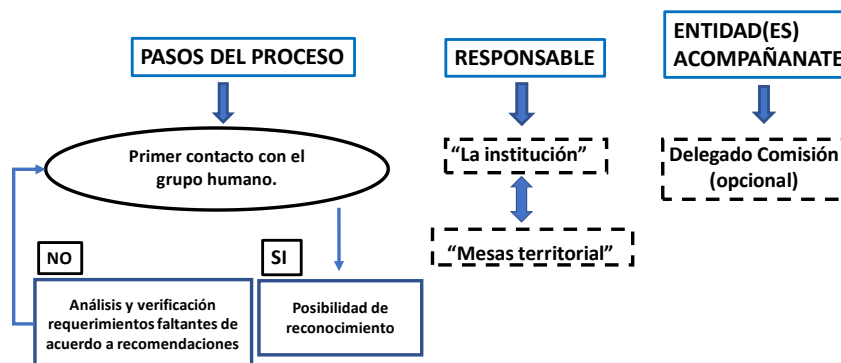
Resultado esperado para esta fase:

- Contar con “grupos humanos” informados e interesados en desarrollar un proyecto (filtro de “grupos humanos”).
- Productos seleccionados con potencial para DO.
- Listado de eventuales D.O.

⁴ Virtualmente, telefónicamente, territorio.

⁵ La Calificación debe ser revisable periódicamente por “la Comisión”

2.3.2 Primer contacto con “grupo humano” seleccionado en la fase del proceso informativo.



Descripción del proceso.: El primer contacto con el “grupo humano” en territorio tiene la finalidad de mantener un conversatorio con las personas que han manifestado un primer interés, y han sido seleccionados en la primera fase del proceso informativo.

“Las Instituciones” tienen la responsabilidad de facilitar información respecto a la denominación de origen y requerimientos para inicio de un proyecto de DO., que permita determinar si el producto y su terruño, así como el “grupo humano”, tienen potencial y capacidades para iniciar un proyecto de denominación de origen.

Para esta fase es necesaria la articulación de “las instituciones” con los actores en territorio (públicos, privados, mesas provinciales, etc.), para transmitir la información, generar formación temática, mantener la comunicación y coordinación, ya que son ellos quienes van a asumir una co-responsabilidad para sumar esfuerzos, complementar acciones, coordinar en terreno, y optimizar recursos (humanos, económicos), para apoyar a un “grupo humano” en los procesos de declaratoria de DO., reconocimiento como Consejo Regulador, con el derecho de administración y uso. Los actores en territorio, en adelante llamados “mesa(s) territorial(les)”

La siguiente información básica a trabajar con el “grupo humano”:

- Base conceptual e importancia de las D.O.
- Requerimientos para iniciar un proyecto de DO. Verificación de condiciones básicas: **(i)** Representatividad del “grupo humano”: nivel de representación, asegurando una representación equilibrada de los actores de la cadena, forma legal de la organización,

- etc. (ii) Nombre del producto, descripción y características del producto, especificando su tipicidad. Nombre que se elige para el producto.
- Área geográfica. El área propuesta relacionada con el nombre propuesto.
 - Responsabilidades que adquieren como “grupo humano” para un proceso de reconocimiento y posterior gestión y control de un Proyecto de D.O.
 - Instituciones o personas que podrían apoyar en el proceso de construcción del expediente.

En esta fase, la “mesa territorial” apoyará consistentemente al “grupo humano” para dar a conocer a la mayor cantidad de actores en el área geográfica, la información anteriormente descrita, y determinar la posibilidad de adelantar un proyecto de DO. Es importante en esta fase, despertar el interés, respaldo y que el “grupo humano” cuente con el mayor nivel de representatividad posible para iniciar un proceso de DO.

Esta fase de información va a tomar su tiempo, el cual dependerá entre otras particularidades, de la extensión del área geográfica, la diversidad de actores. Por ejemplo para una cadena productiva, es necesario informar e involucrar a actores representativos como: productores independientes, asociaciones de productores, transformadores, comerciantes.

Roles de “las Instituciones” para esta fase.

- Preparar contenidos de D.O., apoyándose en productos comunicacionales (videos, trípticos, papelógrafos, etc.).
- Realizar junto con “las mesas territoriales” un análisis muy preciso de la información generada por el “grupo humano” en relación a los requerimientos para iniciar un proyecto DO.
- Capacitar, brindar información a “mesas territoriales” y a actores públicos y privados en general que requieran información sobre DO.
- Informa a la “la Comisión” sobre los proyectos con potencial.

Roles de las “mesas territoriales” para esta fase:

- Apoyar / acompañar al “grupo humano” en reuniones en territorio para informar a actores de la cadena.
- Realizar reuniones con “grupo humano”, para analizar información de requerimientos para iniciar un proyecto de DO.
- Instruir al “grupo humano” en el envío de la comunicación formal para la solicitar autorización de inicio de construcción del expediente, en el cual se debe informar:
 - Presentación del “grupo humano”. Su nivel de representatividad y su forma legal de la organización.
 - Presentación básica del producto (corta descripción, especificando su tipicidad y nombre que se elige)
 - Área geográfica delimitada y sus características (breve justificación del área propuesta)
 - Personas, instituciones que podrían apoyar con recurso humano y económico.

Roles de “la Comisión” para esta fase.

Velar para que MAG y MPCEIP en territorio sea parte activa de las “mesas territoriales”.

Resultado esperado para esta fase:

- “La Institución” y la “mesa territorial” definirán 3 opciones, luego de un análisis muy preciso:

Opción 1. Rechazar la posibilidad de adelantar un proyecto.

Opción 2.: Necesidad de información complementaria requerida



Opción 3.: Posibilidad de reconocimiento. En este caso, “la mesa territorial” instruye al “grupo humano” para enviar al SENADI la comunicación formal, solicitando autorización de inicio de construcción del expediente de DO.

- Un “grupo humano” con nivel de representatividad y consciente de sus responsabilidades para adelantar un proyecto de DO.
- Buena articulación y coordinación entre “la institución”, “la mesa territorial” y el “grupo humano”

2.3.3 Comunicación formal del “grupo humano”, para la autorización de inicio de construcción del expediente.



Descripción del proceso: La comunicación formal para la autorización de inicio de construcción del expediente constituye un paso importante para un “grupo humano” con nivel de representatividad, que cuenta con información de D.O.; debe ser consciente de la responsabilidad que adquiere, siendo sujeto activo para elaborar un expediente de DO.

El “grupo humano” envía la comunicación a “la Comisión”, con información argumentada. “la institución” y la “mesa territorial” apoyan a preparar la información.

La información emitida por el “grupo humano”, permitirá a “la comisión” poder decidir sobre el destino de esta solicitud, con tres opciones:

1. Rechazar el proyecto explicando el porqué de esta negativa
2. Solicitar información adicional, justificando él porque.
3. Dar la aprobación de aceptación del Proyecto DO y envía la notificación al SENADI.

SENADI realiza una consulta e informa a actores en territorio del interés del “grupo humano” constituido para adelantar un proyecto de D.O. En el caso de existir objeciones u otro grupo que desee adelantar un proyecto de este tipo, SENADI invitará a los actores involucrados a unirse para conformar un solo “grupo humano”, quien recibirá la autorización como grupo legítimamente constituido. En caso de no haber acuerdo, **SENADI no entregará a ningún “grupo humano”** la notificación de inicio formal del proceso de reconocimiento.



UNIÓN EUROPEA



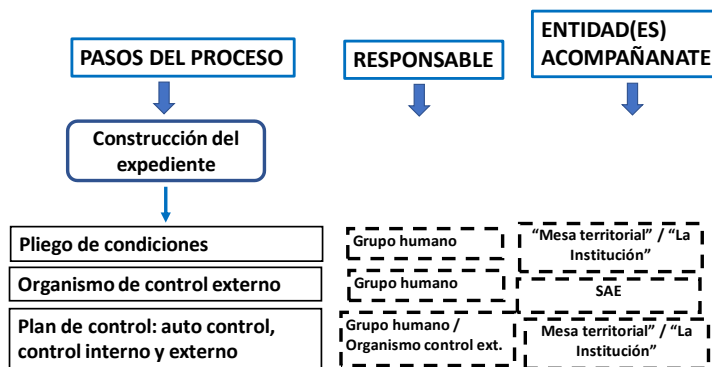
EL GOBIERNO DE TODOS

ECUADOR

<p>Roles de “las Instituciones” y “mesas territoriales” para esta fase.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyar al “grupo humano” para preparar la información justificada. • Revisar los contenidos y alcances de la comunicación, para garantizar información ordenada, precisa y justificada. 	<p>Roles SENADI para esta fase.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar la “consulta de no objeción” informando a actores en territorio. • Autorizar la continuación del trabajo para el reconocimiento de una DO. Concretamente SENADI va a: <ul style="list-style-type: none"> ○ Reconocer al “grupo humano” (asociación, cooperativa, sociedad, etc.) como único interlocutor, lo que implica que cualquier otra solicitud del mismo tipo, para la misma área geográfica, será enviada a este primer “grupo humano”. ○ Reconocer a este “grupo humano” como apto para convertirse en el futuro Consejo Regulador. ○ Autorizar a este grupo reconocido para construir el expediente: <ul style="list-style-type: none"> ➢ Elaborar los Pliegos de Condiciones de Producción. ➢ Elegir el Organismo de Control Externo. • Proteger el nombre propuesto, prohibiendo el uso del mismo nombre, como marca (de producto similar), a partir de la aprobación de arranque del proceso, al “grupo humano”.
<p>Roles de “la Comisión”.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seleccionar una de las tres opciones, después del análisis del informe. 	
<p>Resultado esperado en esta fase:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un “grupo humano” que es apto para convertirse en Consejo Regulador⁶. <ul style="list-style-type: none"> ○ Representa y agrupa a actores de la cadena (producción, transformación, comercialización) ○ Es el único interlocutor. ○ Asegura una representación equilibrada de los actores de la cadena (productores, transformadores, comerciantes,..) • Un “grupo humano” con el aval de SENADI para iniciar un proceso de construcción de un expediente de Denominación de Origen. 	

2.3.4 Construcción del expediente.

⁶ Asociación legalmente constituida, que representa y agrupa de manera equilibrada a actores de la cadena, la cual, está debidamente autorizada por SENADI, para ser el único interlocutor, y para ejercer la administración y uso de la DO protegida.



Descripción del proceso: El "grupo humano" reconocido podrá desarrollar el expediente de la DO y se constituirá al final del proceso en el Consejo Regulador. Es decir, deberá cumplir con los mandatos requeridos por el reglamento de la ley⁷ del Código Ingenio.

A continuación los grandes temas a considerar en esta fase:

2.3.4.1 Mandatos del Consejo Regulador (son mandados emanados en el reglamento del Código Ingenio, capítulo DO)

- Elaborar el pliego de condiciones de producción y asegurar su aplicación con los actores de la cadena.
- Proponer modificaciones al pliego.
- Proponer el organismo de control externo y participa en la elaboración del plan de control.
- Mantener registro actualizado de los actores activos de la DO.
- Otorgar la autorización de uso en nombre del SENADI.
- Participar en la defensa, protección del nombre, del producto, del terruño y su valorización
- Implementar las decisiones gubernamentales sobre DO.
- Transmitir la información sobre la administración de la DO a "la Comisión" y al SENADI.
- Denunciar las posibles usurpaciones o irregularidades sobre el uso del nombre de la DO.

2.3.4.2 Información básica de contenido para el expediente

- Historia del producto (explicación de la fama del producto)
- Descripción de los factores biofísicos (clima, suelo, relieve,..)

⁷ Las mandatos requeridos son disposiciones de interés general para la representación, preservación y mejora de los terruños, tradiciones locales, saber-hacer y productos.



UNIÓN EUROPEA



EL GOBIERNO DE TODOS

ECUADOR

- Descripción de los factores biológicos (variedades, ecotipos, etc.)
- Descripción de los factores humanos, principales sistemas de producción, tipologías, prácticas productivas, cosecha, pos cosecha, transformación, entre otras descripciones.
- Caracterización del producto:
 - Características distintivas (físicas, táctiles, organolépticas)
 - Análisis físico / químico.
- Características que hacen el producto único (tipicidad).
 - Análisis de las relaciones causales; justificar como los factores biofísicos y/o humanos influyen sobre la tipicidad del producto (descrita en la caracterización)
- Descripción del “grupo humano” que lidera el proyecto de la DO. Descripción de los actores del área geográfica protegida (productos, asociaciones de productores, transformadores, comerciantes).
- Pliego de Condiciones.
- Plan de Control.

2.3.4.3 Principales puntos del Pliego de Condiciones de Producción⁸

- El nombre y tipo de producto.
- Descripción y caracterización del producto. (física, química, organoléptica si es necesario).
- Delimitación del área geográfica de producción. (justificación).
- Descripción del sistema de trazabilidad y prueba de origen.
- Descripción del método de obtención.
- Prueba de lazo con el nombre geográfico. (enlace con la zona geográfica: factores naturales, factores humanos, calidad y características del producto, interacciones causales).
- Nombre del organismo de control.
- Principales puntos de control (puntos de control fácilmente alcanzables técnica y económicamente).
- Normas de etiquetado (menciones, caracteres, logotipo)

2.3.4.4 Armar el expediente por el “grupo humano”

Para este trabajo, el “grupo humano” contará con el respaldo y asesoría técnica de la “mesa territorial”. Por su parte, la “mesa territorial” articulará con “las instituciones” para compartir información y articular apoyos.

Los elementos que se deben proporcionar para desarrollar el expediente son numerosos y requieren de varias áreas de conocimiento. Para ello, el “grupo humano” reconocido y la “mesa territorial” puede apoyarse en organismos públicos o privados, tales como institutos, empresas, laboratorios, universidades, entes de investigación, para trabajar temáticas específicas del expediente y garantizar la confiabilidad de los resultados.

“La Comisión” podrá acreditar y recomendar una lista de organismos (actualizado periódicamente). Lista en la que el “grupo humano” y la “mesa territorial” buscarían las habilidades necesarias y requeridas (mediante convenio), para ayudar a justificar todos los elementos del expediente.

⁸ La descripción detallada de los principales puntos al Pliego de Condiciones de Producción, se incluirán en la propuesta de mecanismos de administración y sistemas de control.



UNIÓN EUROPEA



EL GOBIERNO DE TODOS

ECUADOR

La confiabilidad de esta lista permitiría a la Comisión evaluar las solicitudes de reconocimiento con la objetividad necesaria, o según los casos, solicitar información adicional.

A continuación un ejemplo sobre temáticas y organismos con competencias específicas:

Tema específico	Institución pública y/o privada con la competencia, para apoyos específicos.
<ul style="list-style-type: none"> La elección del nombre 	Experiencia legal (abogados),
<ul style="list-style-type: none"> La caracterización del producto 	MAG, Universidades, ONGs, Fundaciones.
<ul style="list-style-type: none"> Análisis físico / análisis químico (si es necesario) 	Laboratorios, Universidades
<ul style="list-style-type: none"> Análisis organoléptico (investigación y caracterización de las particularidades del producto, degustación). 	Laboratorios, Universidades. Asociación nacional de catadores. ONGs, Fundaciones.
<ul style="list-style-type: none"> La delimitación de la zona, en estrecha relación con el nombre elegido, justificación de límites geográficos. 	MAG – SEGINA. Universidades
<ul style="list-style-type: none"> Representatividad del grupo. 	Abogados (MAG, SEPS, etc.), ONG, Fundaciones.
<ul style="list-style-type: none"> Trazabilidad, vinculada con la organización de controles. 	MAG, Universidades, ONGs, Fundaciones.
<ul style="list-style-type: none"> Justificación de la tipicidad. 	Universidad, MAG, laboratorios privados, ...)
<ul style="list-style-type: none"> El método de obtención, esencialmente la justificación de prácticas y su impacto en el producto 	MAG, ONGS, Fundaciones, Universidades.
<ul style="list-style-type: none"> El enlace al origen 	Historiadores, Universidad, ONGs, Fundaciones.

2.3.4.5 Conformación Legal del “grupo humano”

En el lapso de construcción del expediente, el “grupo humano” debe conformarse como una organización legalmente constituida.

SENADI define estatutos tipo, para que los grupos beneficiarios legalmente constituidos cuenten con una guía única. Los estatutos tipo contienen dos alcances: (i) elementos legales, (ii) mandatos del Consejo Regulador. Adicionalmente, SENADI define un listado de las modalidades jurídicas de tipos de asociaciones, autorizadas.

Elementos generales propuestos para la guía de estatuto:

- **Constitución**
 - Reconocimiento. De conformidad al registro de la D.O. por parte de SENADI.
 - Composición: Miembros del Consejo Regulador (por ejemplo: productores independientes, asociaciones de productores, transformadores, comerciantes), de un producto, un nombre y un área geográfica protegida.
- **Objeto y Misiones.**



UNIÓN EUROPEA



EL GOBIERNO DE TODOS

ECUADOR

Objeto:

- Ser reconocido por el SENADI como la organización de Defensa y Control para la Denominación de Origen y, la obligación para cualquier actor que desea tener el derecho de uso de la DO, a ser socio del Consejo Regulador y a pagar una membresía por ser miembro.

Misiones:

- Asegurar la organización y defensa de los intereses generales de todos los actores involucrados en la D.O.
- Participar en la elaboración de los Planes de Control.
- Mantener actualizada la lista de actores, que transmite periódicamente a la organización de control, y al SENADI.
- Participa en la defensa y protección del nombre, el producto y el terruño y la valoración del producto.
- Entre otras misiones...

- **Órganos de Gobierno y de administración**

- **De los socios**

- **De la Asamblea General de Socios**

- **Del Consejo Directivo**

- **Del Comité técnico.**

Entre otros elementos del estatuto.

2.3.4.6 Organización del sistema de control.

El Plan de Control es una herramienta de trabajo desarrollada por el Consejo Regulador (para esta fase, una asociación legalmente constituida, que será el futuro Consejo Regulador), junto con el organismo certificador. Su objetivo es la verificación de la aplicación de los Pliegos de Condiciones.

a. Contenido básicos del Plan de Control:

- Establece las modalidades, las metodologías y las frecuencias de los controles.
- Establece los procedimientos para la identificación y autorización de los actores.
- Establece los procedimientos operativos para el comité de revisión organoléptica (para productos con cata)
- Establece los procedimientos de evaluación para Consejo Regulador y los catadores.
- Define los niveles de infracciones y sanciones.

El Consejo Regulador participa en las acciones de defensa y protección del nombre, el producto, y el terreno, las acciones para movilizar y promover el producto. Cuando el Consejo Regulador tenga conocimiento de alguna conducta relacionada con la tenencia, fabricación, distribución, comercialización o importación de productos engañosos sobre el origen del producto y el nombre, suministrará la información a SENADI.

b. Organización de los controles.

Los siguientes pasos básicos para la organización de los controles de una D.O., por parte del Consejo Regulador.



- **Identificación y autorización de uso para el actor⁹.**
 - Declaración de identificación: Para todos los actores en la cadena de producción, transformación y acondicionamiento¹⁰.
 - Habilitación del actor: Con una obligación de control para cada uno.
 - Lista de actores habilitados: Es el Consejo Regulador que otorga la habilitación e inscribe a los actores sobre una lista.

- **Controles ligados al Pliego de Condiciones de Producción y del producto.**
 - **Autocontrol:** Actores.
 - Cada actor debe realizar autocontroles en su propia actividad. El Plan de control establece los que debe diligenciar el actor para demostrar el autocontrol (registros, controles físicos, etc.), estos documentos deben estar disponibles para consulta del Control Interno o del organismo Certificador.
 - Vida útil de los documentos.
 - **Control Interno:**
 - Los controles internos, realizados por el Consejo Regulador, deben ser ejercidos por empleados, contratistas, o por acuerdos con instituciones públicas o privadas, por proveedores de servicios externos, que no estén relacionados o directamente involucrados en la producción, procesamiento, o el desarrollo de un producto de denominación de origen.
 - El Consejo Regulador implementa el procedimiento de los controles a realizar.
 - Las visitas de control interno pueden ser anunciadas o sin previo aviso.
 - Emite informe y certificado de cumplimiento DO., de actores activos.
 - **Control Externo:** Organismo Certificador (OC).
 - El Plan de Control indica su nivel de control, precisa el modo de operar y la frecuencia de visitas.
 - Tipos de control: en campo, muestras aleatorias, documentario, análisis, organoléptico, entre otros.
 - En el Plan de Control, por cada elemento a controlar se define el nivel de gravedad de la infracción y la sanción ligada que puede ir hasta el retiro de la habilitación para actor, firmada por SENADI.
 - El Organismo de Control es autónomo para deliberar otras sanciones que no estén en el Pliego de Condiciones.

- c. **Niveles de infracciones:**
 - **Leves:** Son en general, inexactitudes en las declaraciones, en los registros, etiquetas, o documentos de control que garanticen la trazabilidad, calidad, y especificidad del producto.
 - **Graves:** Se consideran graves las infracciones a las obligaciones previstas para cada actor en el Reglamento, el uso indebido de la DO y los actos que puedan causar perjuicio o desprestigio.

- d. **Sanciones:**
 - Advertencia

⁹ Productor, artesano, asociación, transformador, comerciante,...

¹⁰ A nivel de ejemplo de acondicionamiento: El acondicionamiento y empaque del café comprende las prácticas de recepción, conservación temporal, trilla, limpieza, clasificación, selección y envasado.



UNIÓN EUROPEA

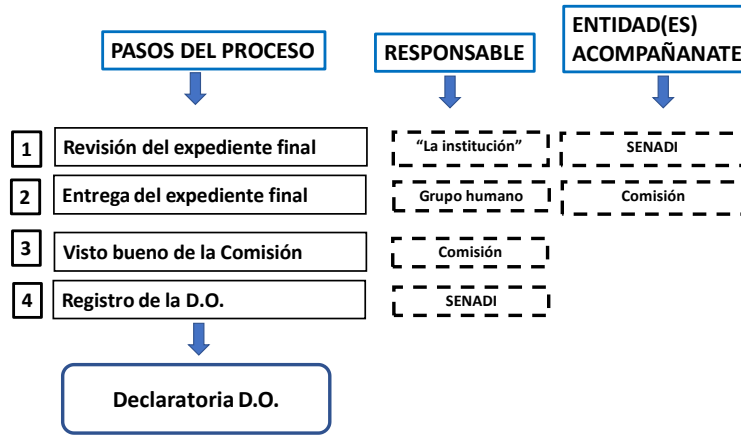


EL GOBIERNO DE TODOS

ECUADOR

<ul style="list-style-type: none"> ○ Control adicional a cargo del actor ○ Retirar el Producto ○ Suspensión temporal de la autorización ○ Cancelación de la autorización de uso. <p>e. Control al Consejo Regulador por SENADI</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Si hay problemas en el control, se realizan reuniones conjuntas. ○ En caso de deficiencias del Consejo Regulador en la implementación del control interno previstas, SENADI puede modificar el Plan de Control. ○ Una o dos veces por año se reúne el Consejo Regulador con SENADI. ○ SENADI puede retirar el reconocimiento al Consejo Regulador en caso de falta grave. <p>f. Control de Organismo Certificador</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Una vez por año una reunión entre SENADI – Consejo Regulador – Organismo Certificador. <p>SENADI puede retirar la acreditación en caso de falta grave.</p>	
<p>Roles de “las instituciones” para esta fase.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyar a la Comisión en identificar y seleccionar organismos acreditados con competencias técnicas según Proyectos de D.O. a apoyar. • Articular y mantener la comunicación con las “mesas territoriales”, para compartir información, ubicar organismos especializados para apoyos específicos, etc. • Generar información a la “la Comisión” del proceso de construcción del expediente, por parte de los grupos beneficiarios. 	<p>Roles de “la Comisión” para esta fase.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preparar un listado de organismos acreditados para temas específicos de los Pliegos de Condiciones de Producción. • Entregar a SAE, la normativa de reconocimiento, gestión y control de las DO. <p>Rol de la “mesa territorial” para esta fase:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asesoría y acompañamiento permanente al “grupo humano” para la construcción del expediente. • Apoyar en fortalecimiento organizacional al “grupo humano”, para garantizar su estabilidad en el tiempo, mediante un plan con contenidos, cronograma, y trabajos, para tal fin. • Orientar al “grupo humano” para determinar el tipo de asociación a conformar.
<p>Rol de SAE para esta fase.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acreditar a Certificadoras. • Listar certificadoras habilitadas. <p>Roles de SENADI para esta fase:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definir estatutos tipo, única guía. 	
<p>Resultado esperado para esta fase:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Expediente elaborado. • Organismo de Control propuesto / sistema de control elaborado. • Una única guía de estatutos para los Consejos Reguladores. 	

2.3.5 Declaratoria de la Denominación de Origen.



Descripción del proceso: El proceso de construcción del expediente de DO debe garantizar que la estructura y su contenido, cuenta con la rigurosidad técnica y científica para la declaratoria de protección de la DO.

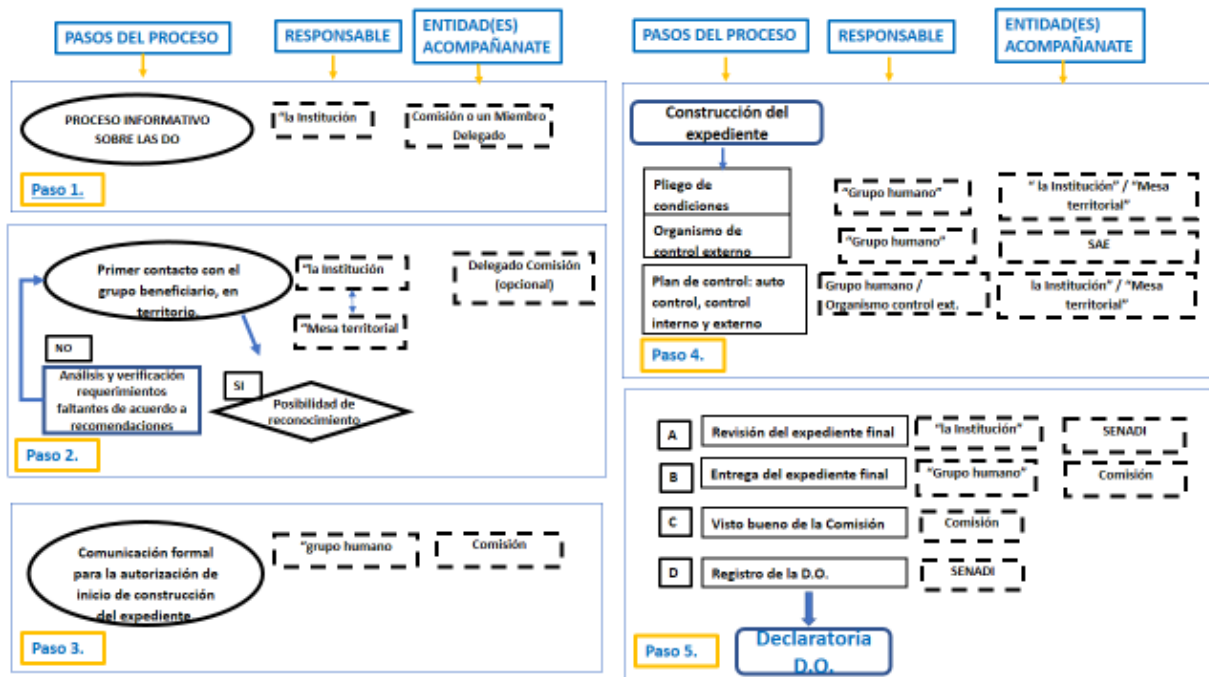
Para tal fin, los pasos para el proceso hasta obtener la declaratoria son:

- Revisión del expediente final por "la Institución", para observaciones y recomendaciones a precisar y/o ajustar por el "grupo humano". El expediente debe tener contener las cartas de visto bueno de los organismos acreditados, que participaron en los apoyos específicos.
- Entrega del expediente de manera formal a la "la Comisión", por parte del "grupo humano", acompañado de una solicitud para ser reconocido como el Consejo Regulador de la DO.
- Revisión del documento de expediente por parte de la Comisión, con la posibilidad de solicitar información. Posteriormente, visto bueno de la "la Comisión". Una vez dado el visto bueno, la Comisión remite formalmente el expediente y la carta de solicitud de reconocimiento al SENADI.
- Análisis a profundidad del documento de expediente por SENADI, para una decisión final (posibilidad de: solicitar información, revisar el nivel de representatividad de la asociación conformada, etc.)
- **Registro de la DO.:** SENADI finalmente registra la declaratoria de protección de la D.O. y reconoce a la asociación constituida legalmente (grupo humano) como el Consejo Regulador, para la administración y uso de la DO.

Roles de "las instituciones" para esta fase. <ul style="list-style-type: none"> • Revisar el expediente y dar el visto bueno para remitir a la Comisión. 	Roles "la Comisión" para esta fase. <ul style="list-style-type: none"> • Analizar y dar el visto bueno al expediente
	Rol del SENADI Para esta fase. <ul style="list-style-type: none"> • Analizar y aprobar el expediente • Registro de la D.O. / emitir la declaración de protección DO. • Reconocer a la asociación constituida legalmente

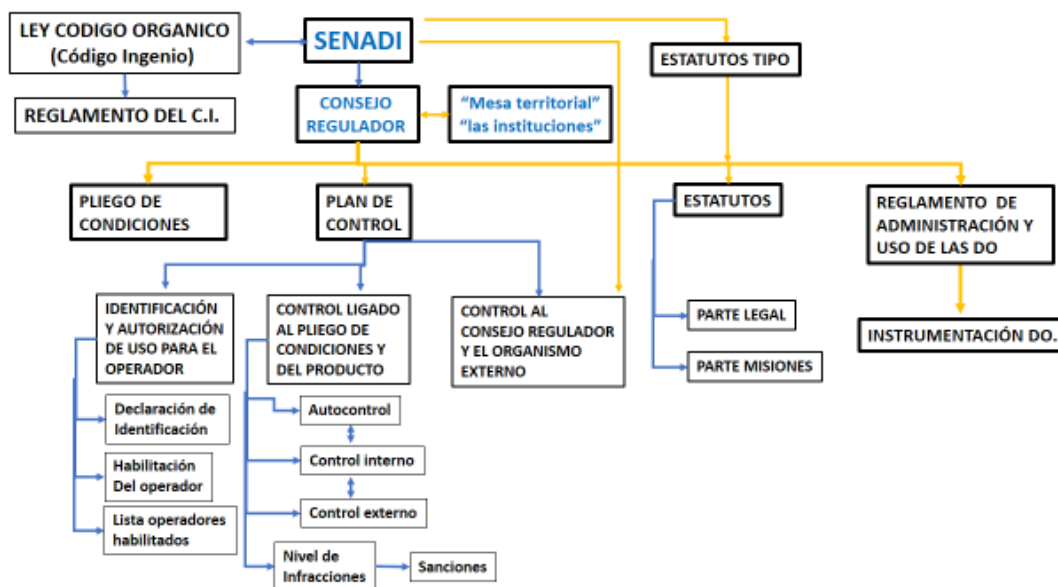
	(grupo humano) como el Consejo Regulador para administración y uso de la D.O.
Resultado esperado para esta fase: <ul style="list-style-type: none"> Una declaratoria de protección de Denominación de Origen Una asociación constituida legalmente (grupo humano) reconocida como el Consejo Regulador. 	

2.4 RESUMEN ESQUEMATIZADO DE PROCESOS PARA OBTENER EL RECONOCIMIENTO DE UNA D.O.



2.5 GESTIÓN Y CONTROL DE LA DO.

La estructura de la gestión y control de una D.O., articulada entre lo nacional (SENADI) y lo territorial (CONSEJO REGULADOR).



La gestión, defensa, control y promoción de una Denominación de Origen (nombre, producto, área geográfica delimitada), le compete al Consejo Regulador. Debe estar respaldada desde lo nacional por el SENADI, mediante la reglamentación de la Ley del Código Orgánico, en cuanto a DO, el cual en su contenido **reglamenta la administración, uso y defensa de las Denominaciones de Origen y los Sistemas de Control.**



UNIÓN EUROPEA



EL GOBIERNO DE TODOS

ECUADOR

Roles del SENADI para el marco jurídico nacional de las DO.

- Reglamentar la Ley del Código Ingenio, Capítulo D.O.
- Reglamentar en el marco de la Ley, la defensa de las Denominaciones de Origen y los sistemas de control.

Resultado esperado:

- Un soporte legal sólido, de respaldo del Estado para los Consejos Reguladores, en su rol de defensa y gestión de las Denominaciones de Origen.
- Un control efectivo de SENADI, en el marco del Sistema Nacional de D.O.

Durante la fase de reconocimiento y declaratoria de la DO., el “grupo humano” se constituye en una asociación legalmente constituida; adicionalmente, en esta fase, la asociación con el apoyo de la “mesa territorial”, “la Institución” + organismos acreditados, elaboran el Pliego de Condiciones de Producción, el Plan de Control, y los Estatutos.

Una vez el SENADI registra la DO y autoriza a la asociación para ser el Consejo Regulador, y el único interlocutor para la administración y uso de la DO., el Consejo Regulador debe elaborar su Reglamento de Administración y Uso de las DO, y presentar al SENADI y obtener su visto bueno.

El Consejo Regulado para esta etapa, debe ser un organismo cohesionado, con personas propositivas, proactivas, liderazgos reconocidos, trabajo en equipo y con disposición de tiempo para las actividades inherentes a la defensa y gestión de las DO. Debe además, contar con competencias en fortalecimiento organizacional (capacidad de gestión, gobernanza). Idealmente, el Consejo Regulador debería contar con una staff técnico básico para la parte administrativa y de control.

El Consejo Regulador debe **reglamentar la administración y uso de la DO.** La reglamentación debe tener en cuenta los contenidos de:

- La reglamentación del Código Ingenio, Capítulo de las DO.
- Los Estatutos.
- El Pliego de Condiciones de Producción.
- El Plan de Control.

El reglamento es un compendio de normas aplicables a la administración y uso apropiado de las D.O., facilitando **la efectiva defensa y aplicación de la protección de las DO.** Dichas normas tienen su origen tanto en las facultades legales y reglamentarias del Consejo Regulador, como en las regulaciones derivadas del reconocimiento por parte del SENADI.

El Reglamento debe definir los procedimientos para garantizar la **adecuada administración y autorizar el uso de las DO**, de conformidad con la resolución de declaración de protección y de conformidad con las disposiciones de los correspondientes capítulos de su reglamento. Debe establecer los derechos y las obligaciones de los usuarios que voluntariamente se someten a las condiciones de uso de las DO.

La “mesa territorial” que apoyó en la fase de reconocimiento, cumplirá un rol muy importante de asesoría y acompañamiento permanente (co – responsabilidad) para la adecuada instrumentación de la DO., por parte del Consejo Regulador. A manera de ejemplo se mencionan algunos posibles apoyos:

- Apoyos en territorio para Control Interno, al Plan de Control (DO afines al sector agropecuario). (un convenio Consejo Regulador - MAG).



UNIÓN EUROPEA



EL GOBIERNO DE TODOS

ECUADOR

- Posicionar el concepto de las DO, y el papel del Consejo Regulador en su Instrumentación, a nivel de la institucionalidad del territorio (actores directos de la cadena), empresas privadas, públicas, etc., (un convenio Consejo Regulador – “mesa territorial”).
- Control para evitar el mal uso del nombre, del producto, del origen. (Convenio Consejo Regulador - MAG/GAD Provincial / ARCSA / Municipio).

<p>Roles del SENADI en la fase de reglamento de administración y uso del Consejo Regulador:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aprobar el reglamento de administración y uso de las DO. • Supervisar el organismo de control. • Supervisar al Consejo Regulador. 	<p>Roles de la “mesa territorial”</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acompañamiento técnico y económico, sostenido en el tiempo (co-responsabilidad).
<p>Resultado esperado para esta fase:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reglamento aprobado por SENADI. • Buen uso y administración de la DO por el Consejo Regulador. • Autorizaciones de uso otorgadas al grueso de los actores directos (productores, transformadores, comerciantes.....) • Efectivo monitoreo para el control y protección de la DO. realizado, con el apoyo articulado de la institucionalidad del territorio. 	

2.6 PROMOCIÓN DE LAS DO.

La misión principal de un Consejo Regulador es defender la propia DO, y sus intereses, así como la de fomentar los productos amparados por la DO.

En este capítulo de promoción de las DO., en una primera parte se abordan algunos planteamientos para que el Consejo Regulador cumpla su misión respecto a la promoción del producto con DO., y los roles del Estado para tal fin; posteriormente, algunas menciones de cómo funcionan los mecanismos de DO en Europa.

2.6.1 El Rol de los Consejos Reguladores para la promoción.

- **Departamento de marketing y publicidad.**

Los Consejos Reguladores deberían dentro de su composición, contar con un **departamento de Marketing y publicidad**. Sin embargo, para adelantar la promoción del producto, van a requerir de personal calificado para tal fin.

Los Consejos Reguladores con el apoyo y acompañamiento de “las mesas territoriales” deben conformar el departamento de marketing y publicidad y definir un plan de posicionamiento de su producto (promoción del nombre, del producto, del origen, en el ámbito regional, nacional e internacional).

- **Promoción en el ámbito regional y nacional.**



UNIÓN EUROPEA



EL GOBIERNO DE TODOS

ECUADOR

Para la promoción en el ámbito regional / nacional, los Consejos Reguladores deben contar con la capacidad de gestión en generar convenios con actores en el territorio y/o en el ámbito nacional, para la co-ejecución del plan de marketing. Lo anterior, puede suplir en un mediano plazo la contratación por parte del Consejo Regulador de personal calificado para la promoción.

La puesta en conocimiento de los sistemas de gestión y control de los Consejos Reguladores, hacia los productos bajo el amparo de una DO, en un territorio, produce una reputación y promoción sobre la calidad de los productos. En este sentido, los Consejos Reguladores dentro del Plan de Marketing y Publicidad deben propender por posicionar el nombre, el producto, y la calidad del mismo, mediante eventos, talleres, ferias, etc.

2.6.2 Rol del estado en la promoción en el ámbito internacional.

El departamento de Marketing Estratégico del MPCEIP, debe plantear una política de promoción al mercado internacional para los productos con DO, con énfasis al mercado europeo, el cual debe estar en articulación con el Plan de Marketing de los Consejos Reguladores.

Para esto, es importante el posicionamiento de los productos con DO del Ecuador en grandes ferias de productos agroalimentarios a nivel de Europa, con la participación directa de los Consejos Reguladores y Asociaciones de Productores. Por citar algunos ejemplos: en París, el salón internacional agroalimentario, al que participan países extranjeros para promocionar sus productos. Durante una semana, asisten cientos de visitantes a la feria. En la feria normalmente hay salones especializados, por ejemplo, el salón para el chocolate. Otras ferias agroalimentarias de gran importancia en Europa, las ferias de Milán y Barcelona.

En el Ecuador, asociaciones de productores con productos con potencial de exportación, como cacao y café, por citar dos ejemplos, han logrado posicionarse en los mercados internacionales con el origen, la calidad, y certificaciones como la orgánica y Fair Trade. Normalmente estas organizaciones participan en ferias internacionales para promocionar el producto, contando con el apoyo financiero de los compradores y/o mediante gestión con instituciones en el país. Bajo estas consideraciones, los Consejos Reguladores deben articular a estas asociaciones, dentro del Plan de Marketing y Publicidad.

A nivel de Latino América, las siguientes DO han logrado posicionarse en el mercado Europeo: Café de Colombia, Tequila de México y, Pisco Chileno.

2.6.3 Cómo funcionan los mecanismos de promoción de las DO a nivel de Europa.

Normalmente en Europa, cuando una DO es pequeña, es apoyada por el estado. Cuando son grandes, no se requiere este apoyo, en razón a que los Consejos Reguladores cuentan con sus propios equipos técnicos para el Control Interno, su administración, y la promoción. Sin embargo, el Estado y/o la Unión Europea les apoyan en buscar nuevos mercados internacionales, en especial a los países asiáticos (china). Es un apoyo de tipo económico para los Consejos Reguladores para participar en ferias (pago transporte, alquiler de stand, entre otros apoyos logísticos)

A nivel de Francia, son los departamentos los que dan apoyo financiero a los Consejos Reguladores. Estos apoyos pueden consistir por ejemplo, un Consejo Regulador cuenta con un profesional para apoyarles en diferentes ámbitos, incluido la promoción.



UNIÓN EUROPEA

Proyecto de Asistencia Técnica para la Reactivación Productiva Post-
Terremoto
Contrato N° LA/2017/391-895



ECUADOR

2.7 ESTRATEGIAS Y MECANISMOS DE PROMOCIÓN DE PRODUCTOS CON DO, TENIENDO EN CUENTA SUS CARACTERÍSTICAS PARTICULARES. 4 CASOS INTERNACIONALES.

El siguiente documento está compuesto por cuatro (4) experiencias sobre estrategias y mecanismos de promoción de DO, estas son: (i) la Denominación de Origen Rioja, (ii) la Denominación de Origen Café de Colombia, (iii) la Denominación de Origen Albaricoques Rojos del Rosellón y, (iv) la Denominación de Origen Pisco Chileno.

A continuación la información en referencia:

1. DENOMINACION DE ORIGEN PROTEGIDA RIOJA.

“La Rioja es una Provincia y una comunidad autónoma en el norte de España, con una famosa industria vitivinícola. Bajo las Montañas de Cantabria, los viñedos ocupan el valle del Ebro y rodean la antigua ciudad de Haro. Allí, el festival de verano presenta la desordenada Batalla del vino, y el Museo del Vino exhibe la historia del producto. La producción de vino local varía desde las pequeñas bodegas tradicionales hasta importantes productores comerciales”.

El Consejo Regulador de la DOP Rioja, cuenta con un departamento de Marketing (promoción y publicidad). El plan de Marketing es una estrategia global para posicionarse en los mercados estratégicos claves, Cada año con la mirada de consolidar el record de exportación del año anterior. La estrategia permite al consumidor y a los profesionales de cada mercado identificar el valor y atributos del producto y diferenciarlo de las demás.



UNIÓN EUROPEA

Proyecto de Asistencia Técnica para la Reactivación Productiva Post-Terremoto
Contrato N° LA/2017/391-895



EL GOBIERNO DE TODOS

ECUADOR

Para el año 2018, el Consejo Regulador de la DO. Ca. Rioja dedico a la promoción el 56%. Presupuesto aprobado por la Asamblea General de la DO. Ca. Rioja, por un monto de 16 millones de euros.

La principal apuesta del sector es seguir mejorando el posicionamiento de los vinos de Rioja en los principales mercados y continuar colaborando en el desarrollo de la oferta enoturística de la región para seguir así aportando valor al conjunto de la DO.

Principales mercados para la inversión promocional.

El mercado español y el de los EEUU son destinos prioritarios de la inversión promocional. Otros diez mercados internacionales, dos de ellos, Dinamarca y Holanda, nuevos para la estrategia de Rioja, constituyen el objetivo de las campañas del Consejo Regulador. Así como otros mercados maduros con presencia tradicional de los vinos de Rioja como Reino Unido, Alemania, México, Irlanda, Canadá y Suiza, o bien con el fin de favorecer una mayor inclusión de la DO. Ca. Rioja en mercados emergentes como China y Rusia, donde se han visto incrementados los presupuestos de promoción.

En 2018 el Consejo Regulador implemento en sus campañas una nueva estrategia de comunicación publicitaria con un mensaje global y valores, redefinidos a partir de un estudio de reposicionamiento estratégico que la DO. Ca. Rioja, realizado junto a Interbrand y Shackleton, consultoras especializadas en los campos de consultoría de imagen y creatividad publicitaria. El Consejo Regulador llevó a demás una renovación del concepto creativo así como un nuevo diseño y desarrollo de la web a nivel mundial.

En cada país se cuenta con agencias de comunicación locales y embajadores de marca que trabajan en colaboración con el departamento de Marketing del Consejo Regulador, consiguiéndose de esta forma tener una visión muy directa de cada mercado y afinar al máximo las actividades programadas.

Objetivos y conceptos claves de la campaña

El principal objetivo que se persigue con la campaña es potenciar y prestigiar la Marca y la DOP Rioja entre periodistas, profesionales de puntos de venta y consumidores finales. Igualmente constituye un objetivo estratégico el orientar las campañas en lograr una mayor visibilidad y presencia de Rioja en el punto de venta. Los conceptos claves que se transmiten a través de los mensajes de la campaña se centran en la garantía de **calidad** y **diversidad** de los vinos de Rioja, su constante innovación, su autenticidad.

En general son campañas de promoción basadas en una estrategia de marketing integrado centrada en las siguientes áreas:

- Relaciones públicas.
- Publicidad.
- Relación con los medios de comunicación y promoción en puntos de venta.
- Educación sobre las cualidades de los vinos Rioja a profesionales del comercio de vinos como a consumidores, a través de seminarios, eventos y acciones directas a importadores y al canal detallista.

A continuación algunas actividades desarrolladas por el Consejo Regulador, en algunos países.

Estados Unidos.	Reino Unido	China	España
La campaña pone especial énfasis en un ambicioso programa de promoción en puntos de venta, con el objetivo de generar visibilidad	Participación del 'Festival Rioja Tapas Fantásticas'. En este festival, el Consejo Regulador organizó su	El objetivo principal de la campaña en China es educar tanto al consumidor como a líderes de opinión sobre las características del vino de Rioja. Desarrollan una importante campaña de promoción durante	Iniciativas de comunicación como ' <u>La cara positiva de la vida</u> ', con grandes éxitos en participación, logrando sumar más de 23.000 seguidores a sus perfiles en las redes sociales Facebook y Twitter, lo que ha convertido a Rioja, en una de



UNIÓN EUROPEA

Proyecto de Asistencia Técnica para la Reactivación Productiva Post-Terremoto
Contrato N° LA/2017/391-895



EL GOBIERNO DE TODOS

ECUADOR

de la Marca y de la DOP Rioja.	propia cata genérica, donde las bodegas pueden presentar sus novedades a la distribución.	<p>la semana del año nuevo chino, repartiéndose varios miles de estuches para aquellos que, con motivo de esta celebración, compren Rioja.</p> <p>La organización de dos salones exclusivos de Rioja en Hong Kong y Shanghái durante el mes de Marzo, en los que participan unas 60 bodegas de Rioja.</p> <p>Desarrollan un exclusivo programa de formación de educadores de Rioja, con el fin de ir creando una red de expertos en Rioja que colabore en la tarea de educar a profesionales y consumidores.</p>	<p>las DO vitivinícola con mayor número de fans y seguidores en España y con mayor influencia por contenidos en Facebook.</p> <p>La respuesta entusiasta que ha recibido <u>'La cara positiva de la vida'</u> por parte de miles de internautas ha evidenciado la oportunidad de esta novedosa experiencia impulsada desde la D.O. Ca. Rioja con el objetivo de que la gente pudiera compartir a través de las redes sociales las noticias positivas de su vida cotidiana, sus éxitos y celebraciones acompañadas de un buen vino.</p>
--------------------------------	---	--	--

Algunas actividades transversales a destacar:

- **Potencializar su posicionamiento en Redes Sociales.**
- **Viajes a Rioja de prensa y compradores.**

Entre las actividades más interesantes programadas dentro de los planes de cada país, se destaca la organización de viajes a Rioja de periodistas, compradores y sumilleres. El objetivo es que conozcan de cerca y en persona la gran evolución experimentada por la DO en los últimos años, tanto en su viticultura y sus bodegas, como en su amplia gama de estilos de vinos.

Impactos.

Para el Consejo Regulador, los resultados alcanzados en ventas y posicionamiento en los mercados exteriores compensan el gran esfuerzo económico realizado, por lo que la planificación a medio plazo resulta decisiva para alcanzar los objetivos que se proponen, así como focalizar los esfuerzos en unos pocos mercados que representan el presente y futuro de la expansión comercial de la DOP.

2. D.O CAFÉ DE COLOMBIA. "Denominación de Origen: un gran paso en la defensa del Origen".

"Un factor clave en la calidad del café es el balance entre sus diferentes atributos y características. El Café de Colombia se caracteriza por ser una bebida con una taza limpia, con acidez y cuerpo medio / alto, aroma pronunciado y completo. Estas cualidades se puede obtener siempre y cuando se siembren las especies y variedades vegetales adecuadas para un entorno particular, caracterizado por ser una zona tropical de alta montaña con tipos de suelos y climas particulares, y se realicen procesos esmerados de atención en el proceso de los cultivos, en la recolección del grano y en los procesos de post cosecha"

Café de Colombia es la denominación que se le otorga al café 100% arábico producido en las regiones cafetaleras de Colombia, delimitadas.



Existen diversos instrumentos que permiten asegurar o dar una garantía del origen al café colombiano. En algunos países donde el Café de Colombia es reconocido mediante Denominaciones de Origen aplican ciertas reglas y normas que son en esencial similares a los que aplican otros instrumentos de garantía de origen. Para los países europeos, el instrumento legal previsto para la protección de la calidad del café colombiano es la Indicación Geográfica Protegida – IGP, y es semejante al que identifica a otros productos europeos de gran reconocimiento mundial. En países como Norteamérica, se protege al Café de Colombia como Marca de Certificación.

En Colombia, la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) declaró la protección de la DO Café de Colombia en el año 2005, a solicitud de la Federación Nacional de Cafeteros (FNC). Con posterioridad, la misma entidad resolvió proteger los cafés de Cauca, Nariño, Huila y Santander.

Actualmente, la Federación administra la DO del Café de Colombia, lo que le permite conceder las autorizaciones del caso a los usuarios que certifiquen su producto.

Estrategias adelantadas por la FNC para el posicionamiento de la Marca y la D.O. Café de Colombia.

La FNC adelanta la estrategia de Promoción y Publicidad en los principales mercados donde se encuentra el Café de Colombia.

Las estrategias están orientadas a (i) defender el origen colombiano, que permiten mantener la **diferenciación** a largo plazo, y evitar la dilución del origen como estrategia competitiva de los industriales, (ii) reforzar el programa 100% Colombiano, apoyando diferentes esfuerzos en promoción y publicidad, la cual está concebida bajo una visión de comunicación integral que abarca el tema publicitario, estrategias de medios y editoriales, y presencia en eventos de alto perfil, (iii) optimizar las inversiones en publicidad bajo una agenda concentrada en obtener exposición a muy bajo costo o gratuita en medios.

Estrategias de posicionamiento de la marca y la DO Café de Colombia en los principales países consumidores del Café colombiano.

Asia.	EEUU	Europa
Promoción en las líneas de tren de la compañía East Japan Railway (EJR). Es una campaña muy importante ya que se presta el servicio de café 100% colombiano en 5 líneas de tren bala, en el Narita Express (tren que conecta Tokio con el aeropuerto) y cuatro líneas de tren súper expreso. Se llega a aproximadamente 12 millones de pasajeros al año, con máxima exposición del logo en vasos y menú.	Participación en la Gala previa a los premios Óscars. La figura de Juan Valdez ha participado en la semana inmediatamente anterior a los premios Óscars en los diferentes eventos donde se reúnen todas las personalidades invitadas y nominadas a los premios. Adicionalmente, se entrega material publicitario en las fundas de despedida a todos los asistentes de la fiesta.	Talleres de cafés especiales para la pequeña y mediana industria torrefactora del Reino Unido, en las instalaciones de la OIC ¹¹ , la Federación de Cafeteros y Complete Coffee LTD, organizaron el taller.
Implementación de campañas conjuntas con los tostadores, los cuales permiten llevar a cabo actividades de promoción para el apoyo del Café 100% colombiano (DO, Marcas). Se llevan a cabo promociones en diferentes puntos de venta en su mayoría cafeterías,	Desarrollo de campañas impresas publicitarias que coincide con los períodos durante el año de más alto consumo en Estados Unidos. La estrategia de medios está asociada con la presencia del personaje Juan Valdez® en diversos escenarios de alto perfil y	El objetivo es evidenciar y promover la diversidad del café colombiano, el compromiso con la calidad de Federación y afianzar la relación de los tostadores invitados con Colombia. El taller reúne

¹¹ Organización Internacional del Café.



UNIÓN EUROPEA

Proyecto de Asistencia Técnica para la Reactivación Productiva Post-Terremoto
Contrato N° LA/2017/391-895



EL GOBIERNO DE TODOS

ECUADOR

<p>supermercados y almacenes de departamento.</p> <p>Exposición e información de café colombiano mediante folletos, periódicos, revistas especializadas y anuncios en páginas electrónicas, entre otros medios.</p> <p>Presencia en ferias especializadas como Foodex, la feria de alimentos y bebidas más grande del Asia.</p> <p>Presencia en la feria de cafés especiales convocada por la SCAJ (Asociación de cafés especiales de Japón). La feria convoca básicamente a la industria de tostadores, por lo que se convirtió en un espacio único para la consolidación de los programas de cafés especiales.</p> <p>Servicio de café 100% colombiano con la Aerolínea Sky Net, la cual opera vuelos locales con un volumen de aproximadamente un millón de pasajeros por año.</p>	<p>con la inauguración de las Tiendas Juan Valdez® en el Exterior.</p> <p>A través de la marca Juan Valdez® generando comentarios de prensa en medios internacionales de altísima reputación, como el New York Times, The Times de Londres o el Chicago Tribune. El valor publicitario equivalente generado puede alcanzar niveles entre US\$8 y US\$10 millones de dólares en un año calendario.</p> <p>Otra acción destacada en el marco de la estrategia de publicidad fue la inauguración de la valla Juan Valdez en uno de los lugares más famosos y transitados del mundo, Times Square en Nueva York. La valla la ven más de 42 millones de turistas, que se estiman pasan cada año por ese sitio de Nueva York, además de los habitantes de dicha ciudad que transitan por dicho lugar.</p>	<p>a miembros de la prensa, y motiva la visita de tostadores ingleses a Colombia.</p> <p>Participación en la Feria de Cafés Especiales de Europa. La FNC aprovecha estos espacios para informar sobre los adelantos de Colombia en cuanto a DO, y en comunicar sobre la importancia de la diferenciación para competir eficientemente en el mercado cafetero. En ese sentido la FNC comparte ampliamente todas las herramientas con las que cuenta Colombia, exaltando la diversidad de los cafés especiales colombianos y el reconocimiento del origen en el mercado de los consumidores.</p>
---	---	---

3. Denominación de Origen Albaricoques Rojos del Rosellón (Francia)

“El albaricoque Rojo de Rosellon, producto estrella de la llanura catalana, cuenta con una DOP que reconoce sus grandes cualidades gustativas. De forma redonda, con una piel lisa y afelpada y un color rojo anaranjado, el Albaricoque de Rosellón posee una carne jugosa y dulce, producto de su gran exposición al sol. Su cosecha se extiende de junio a mediados de julio. Cada año, en julio, la ciudad de Rivesaltes organiza una fiesta del albaricoque en la que se dan cita los productores de esta famosa fruta, y en ella se puede asistir a degustaciones o al concurso del mayor comedor de albaricoques”.

A diferencia de las DO de Rioja y Café de Colombia, que cuentan con significativos recursos para sus estrategias de posicionamiento, la DO de Albaricoques Rojos de Rosellón no cuenta con un gran presupuesto en comunicación, los volúmenes comercializados todavía están por debajo de los objetivos; sin embargo, es una DO joven (Feb. 2016). La Región de Occitania y Europa (FEADER) financian el 70% del presupuesto.

El presupuesto asignado a la promoción y la comunicación es de aproximadamente 10.000 €, por año, incluidos 5.000 € para coordinación, y 5.000 € de gasto en herramientas de comunicación, espectáculos y varias operaciones.

La DO de Albaricoques Rojos de Rosellón cuenta con los siguientes operadores autorizados:

- 62 productores.
- 3 estaciones de empaque, entre estas, 2 cooperativas.
- 124,12 hectáreas inscritas



Estrategias de posicionamiento.

En su última campaña bajo la Denominación de Origen Protegida, el Consejo Regulador planteó desplegar una estrategia de comunicación ambiciosa y específica para informar a los consumidores y compradores sobre las características y especificaciones de los Albaricoques de la DO Rojos de Rosellón.

Las principales acciones estuvieron orientadas a promocionar el producto y **diferenciarlo**, ganar visibilidad y, finalmente, aumentar los volúmenes producidos y comercializados bajo la DOP.

Las actividades de promoción y comunicación se centran en la participación en eventos regionales o locales como por ejemplo: (espectáculo REGAL en Toulouse, fiesta de albaricoque en Rivesaltes).

A continuación, las principales acciones diferenciadas según los objetivos, adelantadas por el Consejo Regulador.

Público objetivo clientes / compradores a nivel nacional:	Público objetivo: consumidores a nivel nacional
<p>El 80% de los volúmenes de Albaricoques Rojos de Rosellón se comercializan en supermercados a nivel nacional.</p> <p>La promoción de los Albaricoques Rojos de Resellón, llega a compradores, gerentes de departamento, gerentes de tienda y gerentes de unidades a través de un plan de medios, la compra de espacios publicitarios y la contratación de un espacio en un editorial.</p> <p>Participación en la feria internacional de frutas y verduras MEDFEL, en Perpignan, en colaboración con Sud de France. En esta feria distribuyen folletos de comunicación para clientes (en asociación con otros productos de frutas y verduras bajo Signos Oficiales de Calidad y Origen (SIQO).</p> <p>La organización de promociones con minoristas regionales (por ejemplo, la participación en la semana de los Albaricoques Rojos del Rosellon)</p>	<p>Logotipo en las etiquetas de los empaques, respetando los requisitos de los Pliegos de Condiciones.</p> <p>Comunicados de prensa, radio e informes en la televisión (Francia 2, Francia 3.).</p> <p>Carteles, folletos, volantes, para los stands de ventas directas y actividades en las que participan.</p> <p>Participación en la feria REGAL (taller degustación culinaria con recetas basadas en ARR) Entrega de albaricoques a prefectos, presidentes, parlamentarios, prensa, escuelas.</p> <p>Para todas las actividades de comunicación y promoción alrededor de los Albaricoques Rojos DOP de Rosellón, el Consejo Regulador compró frutas frescas, néctares y mermeladas hechas de Albaricoques bajo DOP. Los productos procesados se usan todo el año para comunicarse alrededor del producto etiquetado fuera del período de producción, que dura solo 3 semanas.</p>
<p>La creación de sitio WEB sencillo, en 2019. http://abricotsrougesdroussillon.mystrikingly.com/</p>	

Resultados.

CATEGORÍA	2018	2017	2016
Cosecha con DOP	1892 TM	1670 TM	2015 TM
Volúmenes comercializados con DOP.	962 TM	975 TM	242 TM

Fuente: Declaración de cosecha y comercialización 2018, Consejo Regulador.



Para el Consejo Regulador, los Albaricoques con DOP se valoran más, y el potencial significativo, en particular en el mercado de los productos frescos.

4. Pisco Chileno

El gobierno chileno cuenta con fondos de promoción de exportación en la que todos los exportadores pueden postular, está abierto a las IG y DO, pero no está sólo enfocado a estas distinciones geográficas.

El fondo de promoción de exportaciones, es un gran fondo de recursos en donde el Ministerio de Agricultura a través de Pro Chile, quien administra los fondos, financia las diferentes actividades de promoción de distintos productos del sector con potencial exportador.

Actividades que financian:

- La inscripción de las IG en el mercado de destino.
- Participan en ferias, giras, seminarios, y en general apoyos que vienen de solicitudes de cada sector para promocionar su producto.
- Para todos los tratados de libre comercio que están negociando, tratan de incluir una disposición sobre el reconocimiento de las IG.
- El fondo de promoción, para el caso particular del Pisco, ha permitido incluir el tema de la defensa política, apoyándolos para que en los tratados de libre comercio de los distintos países, reconozcan el Pisco como un producto nacional con DO. Lo anterior, por la homonimia con el Pisco peruano.
- Las municipalidades apoyan para el reconocimiento pero no hay un apoyo para la promoción a nivel interno. INAPI¹² hace promoción a nivel interno, en especial apoyo en ferias.

Impacto: a nivel de la DO Pisco chileno, el impacto ha sido positivo en razón a que la DO y el sector ha podido ser reconocido en los mercados de destino, como lo ha hecho el pisco peruano.

2.8 CONSOLIDADO DE ROLES DE ACTORES INTERINSTITUCIONALES

<u>INSTITUCIÓN PRIVADA Y/O PÚBLICA CALIFICADA</u>	<u>COMISIÓN INTERINSTITUCIONAL</u>	<u>SENADI</u>	<u>SAE</u>	<u>MESAS TERRITORIALES</u>
1. Roles para Reglamentación Código Orgánico, capítulo DO (Para normar las fases de reconocimiento, gestión y control).				
		<ul style="list-style-type: none"> • Reglamentar la Ley del Código Ingenio, capítulo DO. • Reglamentar en el marco de la Ley, la defensa de las DO y los sistemas de control. • Definir estatutos tipo. 		
2. Roles en la fase de Reconocimiento de una DO.				
Fase 1: Proceso informativo sobre las DO.	Fase 1: Proceso informativo sobre las DO.			

¹² Organismo encargado de la administración y atención de los servicios de la propiedad industrial en Chile.



UNIÓN EUROPEA

Proyecto de Asistencia Técnica para la Reactivación Productiva Post-Terremoto
Contrato N° LA/2017/391-895



EL GOBIERNO DE TODOS

ECUADOR

<ul style="list-style-type: none"> • Crear productos comunicacionales de fácil comprensión. • Centralizar toda la información en un sitio WEB Público (único y oficial). • Velar para que la información se difunda de una manera clara y precisa. Información de fácil acceso para cualquier persona que tiene un interés. • Responder preguntas complejas de las DO. • Animar el proceso informativo¹³ con las personas que manifiestan un primer interés. • Generar la información a la Comisión Interinstitucional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Calificar instituciones privadas y / o públicos. • Orienta a quienes pidan información, al sitio web, y a quienes tienen la información (“las instituciones”). • Velar para que la información se difunda¹⁴. • Promocionar el Concepto de la D.O. (fomento del desarrollo rural, dinamización de la economía, exportaciones, etc.). 			
<p>Fase 2. Primer contacto con el “grupo humano”, en territorio.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preparar contenidos de D.O., apoyándose en productos comunicacionales (videos, trípticos, papelógrafos, etc.). • Realizar junto con “las mesas territoriales” un análisis muy preciso de la información generada por el “grupo humano” en relación a los requerimientos para iniciar un proyecto DO. • Capacitar, brindar información a “mesas territoriales” y a actores públicos y privados en general que requieran información sobre DO. • Informa a la “la Comisión” sobre los 				<p>Fase 2. Primer contacto con el “grupo humano”, en territorio.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyar / acompañar al “grupo humano” en reuniones en territorio para informar a actores de la cadena. • Realizar reuniones con “grupo humano”, para analizar información de requerimientos para iniciar un proyecto de DO. • Instruir al “grupo humano” en el envío de la comunicación formal para la solicitar autorización de inicio de construcción del expediente, en el cual se debe informar: <ul style="list-style-type: none"> ○ Presentación del “grupo humano”. Su nivel de representatividad y su forma legal de la organización. ○ Presentación básica del producto (corta descripción, especificando su tipicidad y nombre que se elige) ○ Área geográfica delimitada y sus

proyectos con potencial.				características (breve justificación del área propuesta) ○ Personas, instituciones que podrían apoyar con recurso humano y económico.
<p>Fase 3. Comunicación formal del “grupo humano”, para la autorización de inicio de construcción del expediente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyar al “grupo humano” para preparar la información justificada. • Revisar los contenidos y alcances de la comunicación, para garantizar información ordenada, precisa y justificada. 	<p>Fase 3. Comunicación formal del “grupo humano”, para la autorización de inicio de construcción del expediente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seleccionar una de las tres opciones después del análisis del informe: <ul style="list-style-type: none"> ○ Rechazar el proyecto explicando el porqué de esta negativa ○ Solicitar información adicional, justificando él porque. ○ Dar la aprobación de aceptación del Proyecto DO y envía la notificación al SENADI. 	<p>Fase 3. Comunicación formal del “grupo humano”, para la autorización de inicio de construcción del expediente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar la “consulta de no objeción” informando a actores en territorio. • Autorizar la continuación del trabajo para el reconocimiento de una DO. Concretamente SENADI va a: Reconocer al “grupo humano” (asociación, cooperativa, sociedad, etc.) como único interlocutor, • Proteger el nombre propuesto, prohibiendo el uso del mismo nombre, como marca (de producto similar), a partir de la aprobación, del momento de arranque del proceso. • Elaborar un documento tipo de lo que se necesita para ser reconocido como Consejo Regulador. 		<p>Fase 3. Comunicación formal del “grupo humano”, para la autorización de inicio de construcción del expediente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyar al “grupo humano” para preparar la información justificada. • Revisar los contenidos y alcances de la comunicación, para garantizar información ordenada, precisa y justificada.
<p>Fase 4. Construcción del expediente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyar a la Comisión en identificar y seleccionar organismos acreditados con competencias técnicas según Proyectos de D.O. a apoyar. • Articular y mantener la comunicación con las “mesas territoriales”, para compartir información, ubicar organismos 	<p>Fase 4. Construcción del expediente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preparar un listado de organismos acreditados para temas específicos de los Pliegos de Condiciones de Producción. • Entregar a SAE, la normativa de reconocimiento, gestión y control de las DO. 	<p>Fase 4. Construcción del expediente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definir estatutos tipo, única guía. 	<p>Fase 4. Construcción del expediente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Listar certificadoras habilitadas. • Acreditar a Certificadoras. 	<p>Fase 4. Construcción del expediente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asesoría y acompañamiento permanente al “grupo humano” para la construcción del expediente. • Apoyar en fortalecimiento organizacional al “grupo humano”, para garantizar su estabilidad en el tiempo, mediante un plan con contenidos, cronograma, y trabajos, para tal fin. • Orientar al “grupo



UNIÓN EUROPEA

Proyecto de Asistencia Técnica para la Reactivación Productiva Post-Terremoto
Contrato N° LA/2017/391-895



ECUADOR

especializados para apoyos específicos, etc. • Generar información a la "la Comisión" del proceso de construcción del expediente, por parte de los grupos beneficiarios.				humano" para determinar el tipo de asociación a conformar.
Fase 5. Declaratoria DO. • Revisar el expediente	Fase 5. Declaratoria DO. • Revisar y dar el visto bueno al expediente.	Fase 5. Declaratoria DO. • Analizar y aprobar el expediente • Registro de la D.O. / emitir la declaración de protección DO. • Reconocer a la asociación constituida legalmente (grupo humano) como el Consejo Regulador para administración y uso de la DO.		
3. Roles en la fase de Reglamento de administración y uso de las DO. (Gestión y Control)				
		• Aprobar el reglamento de administración y uso de las DO. • Supervisar el Organismo de Control. • Supervisar al Consejo Regulador.		• Acompañamiento técnico y económico, sostenido en el tiempo (co-responsabilidad).