

# Un Té con Identidad Propia

## Indicación Geográfica

### "TÉ ARGENTINO"



*Ing. Agr. Tatiana Bida*  
*Directora General de Yerba Mate y Té*

**MISSIONES**  
G O B I E R N O

Ministerio  
del Agro y  
la Producción



DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

## ARGENTINA Y EL TÉ

- ✓ Argentina: 9no. productor de té a nivel mundial.
- ✓ Produce anualmente unas 80.000 TN., exportándose el 92% a más de 30 países.
- ✓ 30.800 hectáreas (29.000 Misiones, 1.800 Corrientes).
- ✓ Misiones: 95% de la producción nacional.
- ✓ Comodity.
- ✓ Zona Geográfica: 26° y 28° latitud Sur, constituyéndose en **"la más austral del mundo"**. Noreste de Argentina (Misiones y nordeste de Corrientes).







**“EN ESTE ENTORNO SE CUTIVA EL TÉ ARGENTINO”**



**MISSIONES**  
G O B I E R N O

Ministerio  
del Agro y  
la Producción



# CARACTERÍSTICAS DISTINTIVAS

**LICOR:** Rojizos/cobrizos (té negro) y amarillo brillantes/verdosos (té verde).

**BRILLO:** Buen brillo y translúcidos.

**SABOR:** Equilibrado, suave, astringencia baja a media y cierto dulzor.

**AROMA**

Notas florales y vegetales.



**POLIFENOLES**

Elevado contenido de polifenoles.

**INOCUIDAD**

Es reconocido por su inocuidad.

**SOSTENIBILIDAD**

Certificación de cultivos y procesos industriales, cuidado del ambiente y las personas involucradas en el proceso.

VISIONES

AL-INVEST Verde

**“En un mundo donde la cantidad parecía ser la clave del éxito, los productores argentinos enfrentaron una pregunta crucial”**

## **¿CÓMO DESTACAR?**

- ✓ La competitividad no estaba solo en el volumen, sino en el valor que se podía transmitir.
- ✓ Fue entonces cuando la Asociación del Té Argentino decidió comenzar a cambiar el rumbo.
- ✓ Estas cualidades y atributos únicos lograron el reconocimiento de la Indicación Geográfica.
- ✓ Protegiendo el origen y la autenticidad del té producido en Misiones y el nordeste de Corrientes.





## SITUACIÓN DE LA INDICACIÓN GEOGRÁFICA TÉ ARGENTINO ANTES DE LAS MENTORIAS

1

2

3

4

### ESPECIFICACIONES

Falta de claridad en la especificación del producto que estábamos protegiendo.

### ESTRATEGIAS

Estrategias débiles con respecto al resto del mundo.

### CARACTERÍSTICAS

Promoción no enfocada en las características únicas del té que se produce en la zona delimitada.

### PROMOCIÓN

No había un trabajo conjunto y organizado para promoción en los mercados.

## MENTORÍAS AL- INVEST VERDE -DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL (DPI)

- ✓ Participamos del lanzamiento del Programa de Mentorías en Propiedad Intelectual y aplicamos al formulario de inscripción.
- ✓ Fuimos elegidos para realizar la entrevista de preselección.
- ✓ Seleccionados para recibir las mentorías en Indicaciones Geográficas.
- ✓ Visitamos establecimientos productores.



## CONCEPTOS QUE MODIFICARON EL ENFOQUE



**MISSIONES**  
G O B I E R N O

Ministerio  
del Agro y  
la Producción





## ECUACIÓN DE CALIDAD

$$G^*A+C+PC=Q$$

- ✓ Profundizar ( $G * A$ ) mediante investigaciones científicas, resaltando los diferenciales.

## STORYTELLING



- ✓ Esta técnica de comunicación fue un desafío.
- ✓ Se entendió los elementos claves de nuestra historia.
- ✓ Se necesitaba crear una conexión emocional con el producto.

## MERCADOS OBJETIVOS



- ✓ Dos mercados diferenciados (hebras y B2B) con demandas específicas.
- ✓ Las especificaciones de los 2 productos deben estar claramente definidas.

## ¿QUÉ NOS BRINDÓ LA MENTORÍA?

- ✓ **Acceso a experiencia y conocimiento especializado.**

Éxitos y errores sin necesidad de pasar por las mismas dificultades.

- ✓ **Orientación estratégica**

Establecer metas claras y alcanzables, alineadas con los objetivos a largo plazo.

- ✓ **Desarrollo de habilidades**

Técnicas, habilidades y estrategias para enfrentar desafíos.



- ✓ **Incremento en la confianza y motivación**

Identificar las fortalezas y debilidades de nuestro producto.

- ✓ **Mejora en la toma de decisiones**

Establecer objetivos a corto, mediano y largo plazo.

- ✓ **Inspiración y modelo a seguir**

Los casos de éxitos presentados sirvieron de inspiración y modelo.





MISSIONES

Experiencia  
Turística

TOUR  
de TÉ

• DEL IGUAZÚ •

- desde 2012 -

COMESA



la ruta del té

COMESA



ITACARUARÉ



Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria

CERRO AZUL



GUARANI



MISSIONES  
GOBIERNO

Ministerio  
del Agro y  
la Producción



***La historia del Té Argentino comenzó a cambiar.***

***Ya no se trata solo de cultivar y exportar.***

***Sino de construir identidad, generar nuevas experiencias y abrir nuevos caminos.***

# AL-INVEST Verde



## DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

- A LA OFICINA DE PROPIEDAD INTELECTUAL DE LA UNIÓN EUROPEA.
- AL PROGRAMA AL-INVEST POR LA OPORTUNIDAD DE ACCEDER A LA MENTORIA.
- A LOS MENTORES LUIS SAMPER Y MAURICIO HERNÁNDEZ POR SU GENEROSA MANERA DE GUIARNOS.
- A LA SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESCA DE LA NACIÓN ARGENTINA.



## ¡GRACIAS!



[www.alinvest-ip.eu](http://www.alinvest-ip.eu)

**MISSIONES**  
G O B I E R N O

Ministerio  
del Agro y  
la Producción