

Mentorías de Propiedad Intelectual para Apoyar el Desarrollo sustentable en Mercosur

AL-INVmentor

Luis F. Samper - Consultor

Bogotá – Junio 11, 2024

AL-INVEST Verde 



DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL



Ministerio
de Economía
República Argentina

Secretaría
de Bioeconomía



Financiado por la Unión Europea



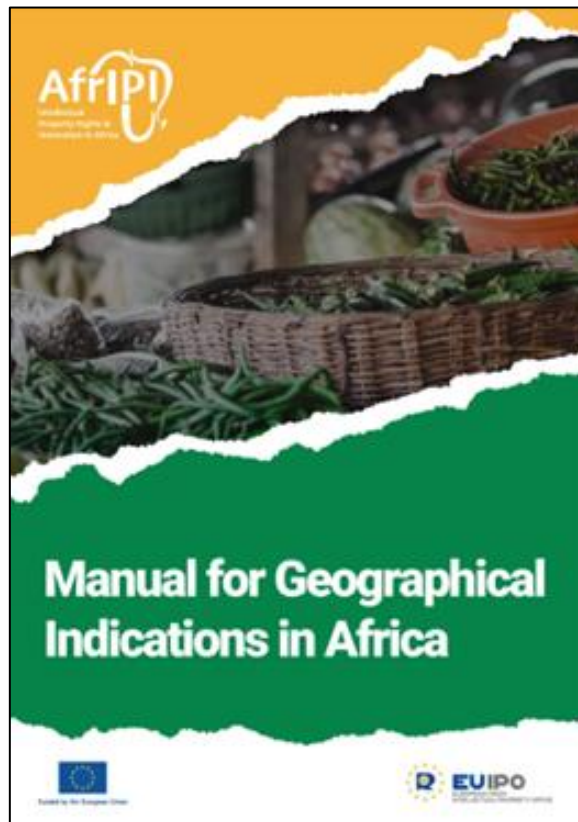
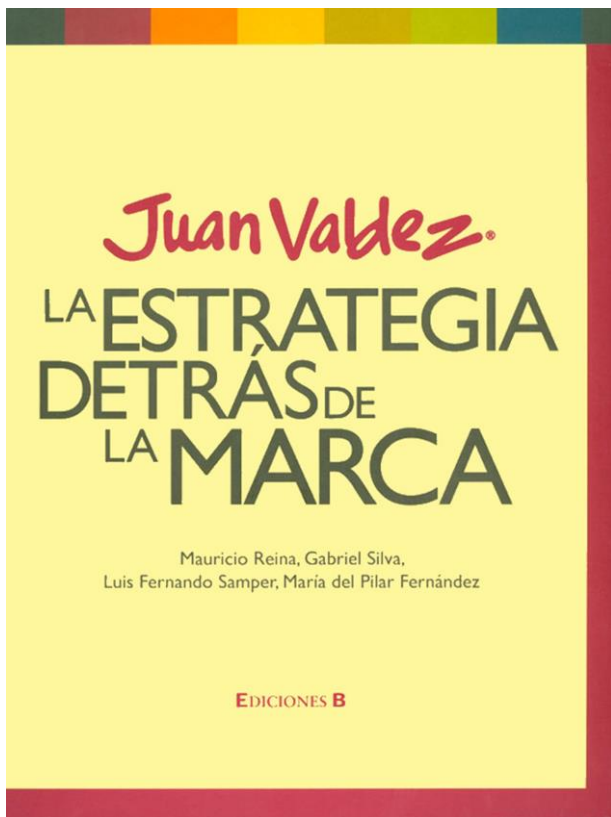
4.0 Brands: ¿Qué hacemos? Generar y medir valor colectivo a través de...

- Propósito y Planeación Estratégica Colectiva
- Estrategia de Propiedad Intelectual, Intangibles, IGs/DOs, Marcas,
- Comunicación acorde con Políticas de Sostenibilidad, y tendencias del mercado



Experiencia Global y Multiproducto





AL-INVEST Verde

- Iniciativa de la UE para apoyar el comercio y el crecimiento económico sustentable aprovechando plenamente los instrumentos de propiedad intelectual.
- Impulsa el desarrollo de políticas públicas para el cumplimiento de estándares ambientales y laborales que favorezcan la sustentabilidad de las cadenas productivas.
- Contribuye a un sector productivo innovador, sustentable y competente en derechos de propiedad intelectual



AL-INVment

¿En qué consiste?

Mentorías Presenciales y Virtuales

- Adaptadas a las necesidades específicas de cada Producto agroalimentario seleccionado



- Cubriendo los siguientes temas:

Estrategia

Branding y Marketing

Especificaciones de Producto

Gobernanza

Control

Sustentabilidad - Pacto Verde

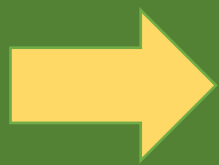
La Ecuación de la Calidad

$$G \times A + (C \text{ and } PC) = C$$

Genotipo x Ambiente + (Cosecha y Post Cosecha) = Calidad

Entender la relación entre calidad y origen, y obtener reconocimiento como IG/DO.....

....no es suficiente para crear y capturar valor.



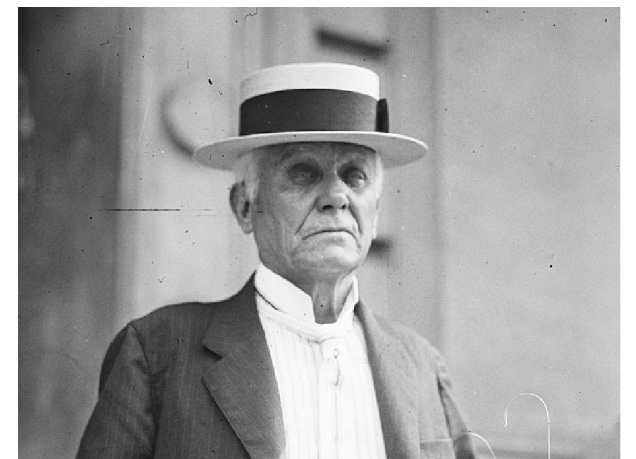
Los derechos de propiedad intelectual son instrumentos, no estrategias

Coca-Cola

Construyendo y Apropiando Valor

Historia

- 1886 - Invención de la formula de la bebida
- 1886 - Primera venta- Nombre Coca Cola
- 1892 - Creacion "The Coca-Cola Company"
- 1915 - Creacion de la botella de forma distintiva -
Primeras Ventas mercados internacionales
- 1931 - Santa Claus y Coca-Cola
- 1955 - Desarrollo de latas de Coca-Cola
- 1960's Compra otras marcas - Minute Maid, etc
- 1982 - Coca Cola Dieta
- 2005 - Coca-cola Zero



Construyendo y Apropiando Valor

Estratégico

- Inicios (1880's, 1890s) - Dar a Conocer la Bebida- Cupones, pruebas
- Visual de la Marca - Evolución - Botella
- Expansión Global
- Complemento del Portafolio
- Alianzas con eventos, lugares
- Sustentabilidad



Construyendo y Apropiando Valor

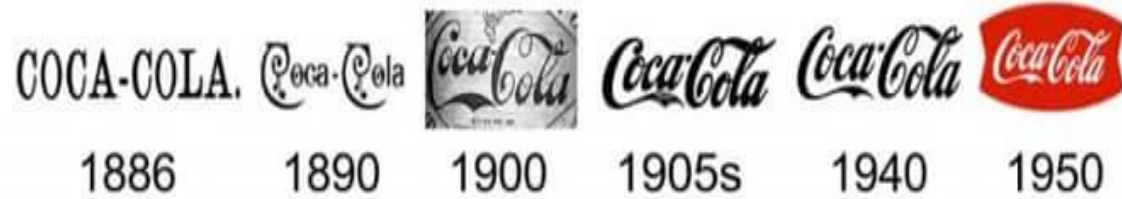
Distribución

- Analisis y entendimiento de cada mercado - hábitos, regiones, tipos de consumidor
- Evaluación de canales. Alcance, confianza, efectividad, optimización logística
- Segmentación y Comunicación- en función de canal
- Alianzas relevantes - Embotelladores, otros.



- Monitoreo y Evaluación

Marca y “Branding”



Beneficios

- “Sabor Refrescante”. Energía, Sed
- Opciones
- Conveniencia
- Confianza
- Emocionales: Alegría, compartir, sentimiento de familiaridad, amistad, celebración, experiencias compartidas

Primer Registro de Marca: Enero 31, 1893



El café en Colombia

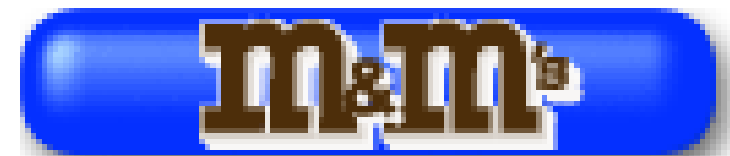


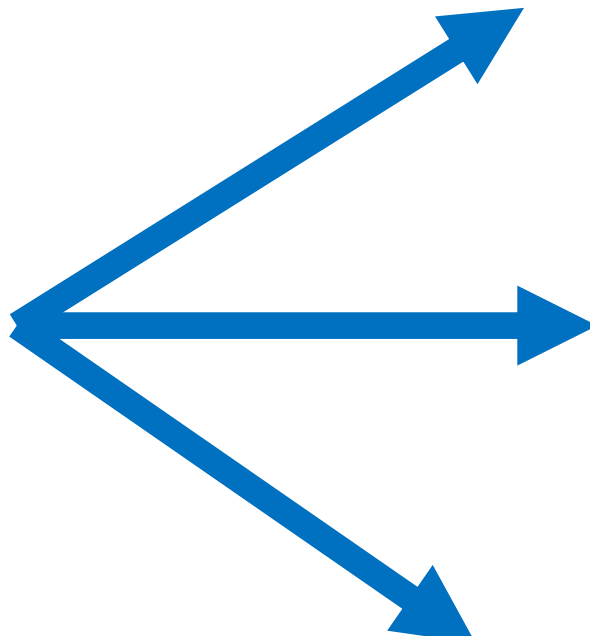
- ✓ 3'300.000 hectáreas en zona cafetera
- ✓ 850.000 hectáreas en café
- ✓ 588 municipios cafeteros
- ✓ 20 departamentos cafeteros
- ✓ 540.000 productores
- ✓ 2'000.000 empleos directos e indirectos



Estrategia marca ingrediente

“Ingredient Branding” Contemporáneo



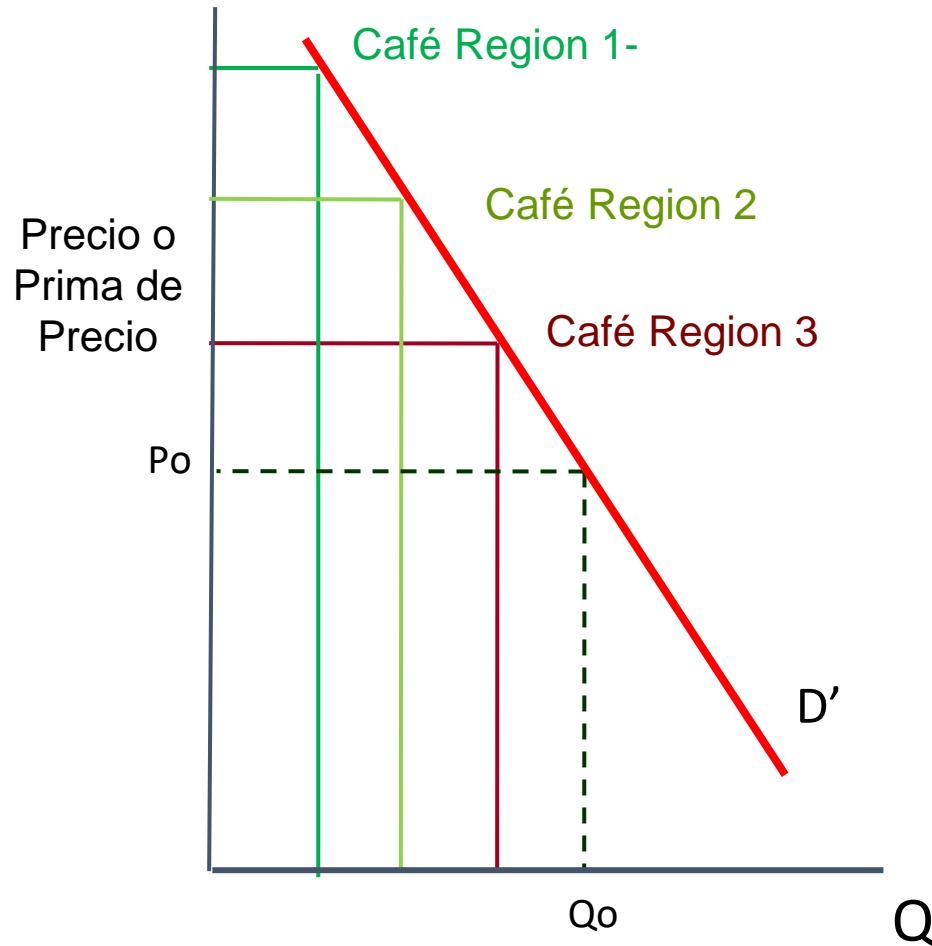


Denominación
de Origen
Café de Colombia




DO Regionales

Segmentando la oferta de Café



Posibles Atributos que pueden jugar un papel en segmentación de origen:

- Calidad
- Variedad - Genética
- Sostenibilidad,
- Conocimiento
- Transparencia
- Trazabilidad
- Autenticidad – Cultura
- Certificaciones

 Curva de Demanda por los cafés de Colombia



Juan Valdez®

CAFÉ PREMIUM COLOMBIANO



QUITO



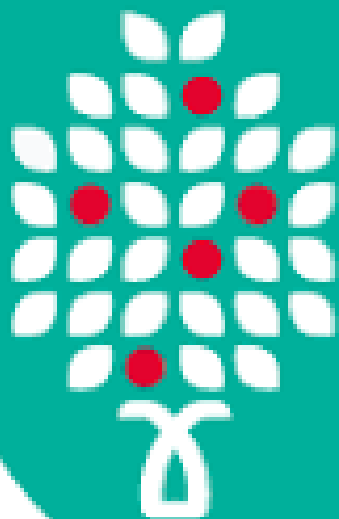
BOGOTA



ESTACIÓN DE SKI Colorado - Chile



MANHATTAN



Região do Cerrado Mineiro

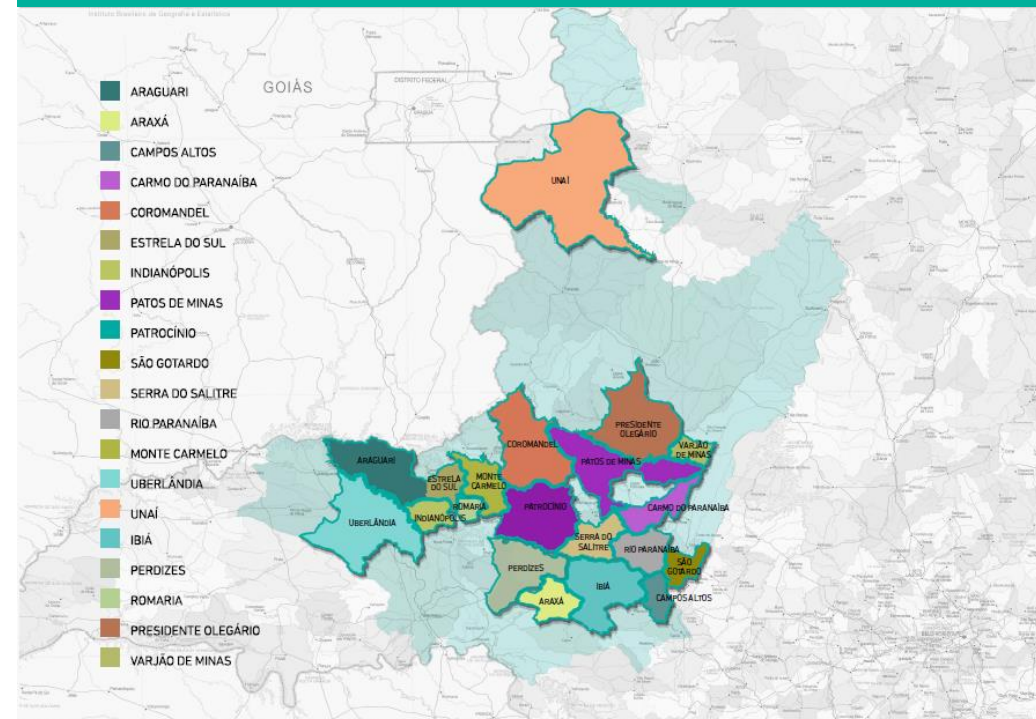
Denominação de Origem

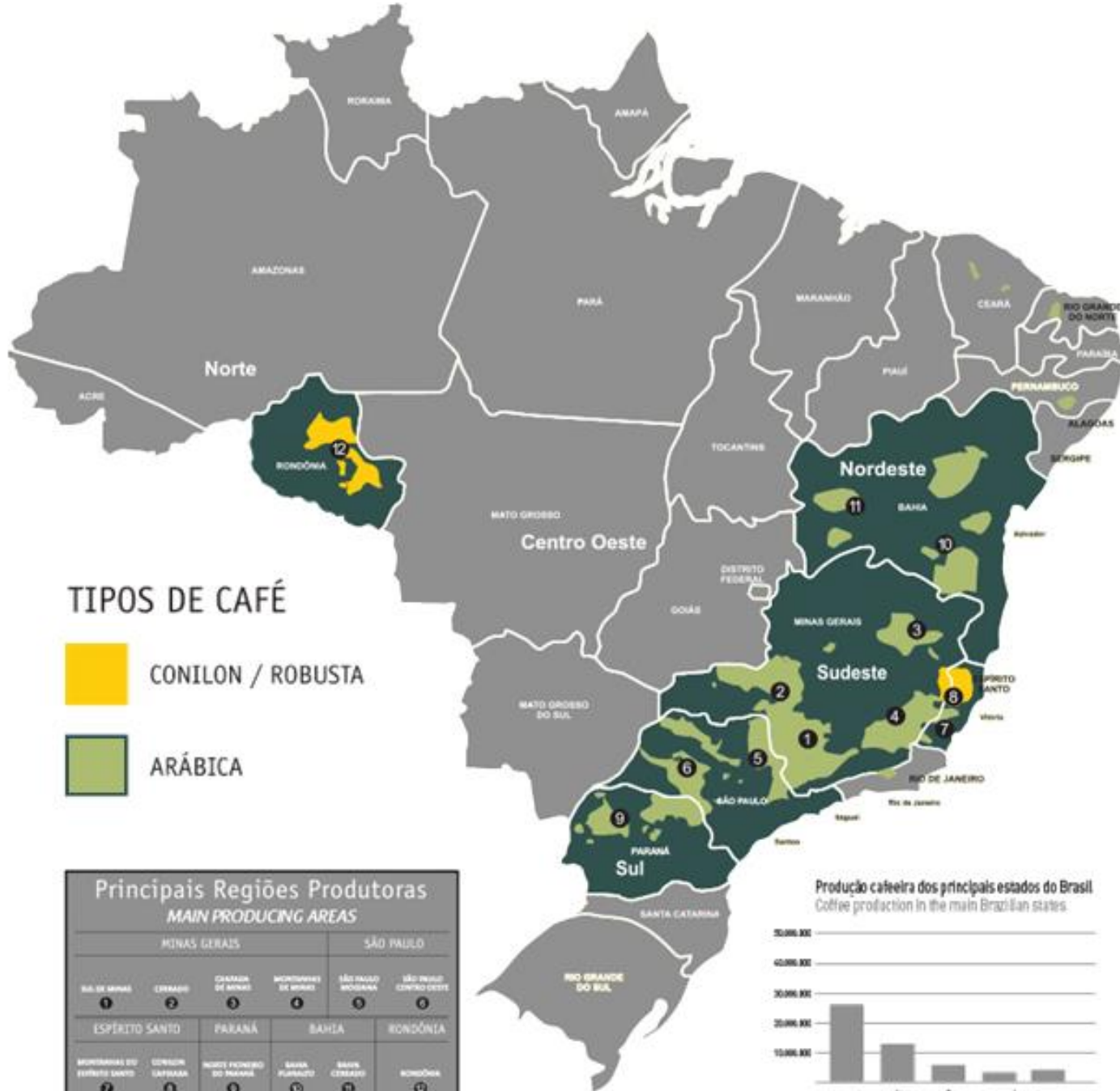


Brazil



- Cerrado Mineiro Region D.O.
- Minas Gerais State





	Estado	Region	I.G. e D.O.
1	Minas Gerais	Sul de Minas	Campo das Vertentes (IG)
2			Mantiqueira de Minas (IG e DO)
3		Cerrado Mineiro	Região do Cerrado (IG e DO)
4		Montanhas de Minas	Matas de Minas (IG) Caparaó (DO)
5	São Paulo	São Paulo	Alta Mogiana (IG) Região de Pinhal (IG)
6			São Paulo Centro Oeste
7	Espírito Santo	Montanhas do Espírito Santo	Montanhas do Espírito Santo (DO)
8		Conillon capixaba	Conillon do Espírito Santo (IG)
9	Paraná	Norte do Paraná	Norte Pioneiro do Paraná (IG)
10	Bahia	Bahia Planalto	
11		Bahia Cerrado	Oeste da Bahia (IG)
12	Rondônia	Rondônia	Matas de Rondônia (DO)

Dados da Região:



Organizados en torno a una Federación de productores de Cerrado Mineiro

El papel de la Federación:

Representar al origen y a los productores de la Región

Controlar el origen y la calidad de los productos que usan la Denominación de Origen

Promover la región, los productores y los productos con Denominación.

Entidades Filiadas

Associações

 Associação dos Cafeicultores de Araguari
 APPCR
 acarpa
 ACRESG

 AMICA
 ASSOCAFÉ
 ASSOGOTARDO

Cooperativas

 COOPADAP
 CARPEC
 COAGRIL
 carmocer

 coocacer araguari
 EXPOCACER
 monteCCer

Membros Credenciados

Membro:

FUNDACER

Armazéns Credenciados:

 ALTO PARANAIBA
 DB
 Armazéns Leste de Minas
 mc miahi COFFEE
 acauã
 FAZENDA São João
 FAZENDA Dona Helena

Exportadores Credenciados:

 CLLY COFFEE
 Cafebras
 EISA
 EXPOCACER

 NKG Stockler
 Nucoffee
 Uma iniciativa Syngenta
 SUCAFINA
 中粮国际 COFCO INTL

Región Cerrado Mineiro - Gobernanza

COOPERATIVAS



CAPAL

Capal - Cooperativa Agropecuária de Araxá
Presidente: Alberto Adhemar do Valle Júnior
Atividade: Café e Leite



CARPEC

Carpec - Cooperativa Agropecuária de Carmo do Paranaíba
Presidente: Daniel André da Silva
Atividade: Café, Pecuária e Grãos.



COAGRIL

Coagrill - Cooperativa Agrícola de Unai
Presidente: José Carlos Ferigolo
Atividade: Café e Grãos



monteCCer - Cooperativa dos Cafeicultores do Cerrado Monte Carmelo.
Presidente: Francisco Sérgio de Assis
Atividade: Café



CooCACER Araguari - Cooperativa dos Cafeicultores do Cerrado de Araguari
Presidente: Mario Takano Watanabe
Atividade: Café



CooCACER Carmo do Paranaíba - Cooperativa dos Cafeicultores do Cerrado de Carmo do Paranaíba
Presidente: Jerry Magno Resende
Atividade: Café



Coopa - Cooperativa Agropecuária de Patrocínio
Presidente: Renato Nunes dos Santos
Atividade: Café e Leite



Expocaccer - Cooperativa dos Cafeicultores do Cerrado
Presidente: Lázaro Ribeiro de Oliveira
Atividade: Café

ASSOCIAÇÕES



ACA - Associação dos Cafeicultores de Araguari
Presidente: Claudio Morales Garcia
Atividade: Café

ACANOR - Associação dos Cafeicultores do Noroeste Mineiro
Presidente: Everaldo Peres Domingues
Atividade: Café



ACARPA - Associação dos Cafeicultores da Região de Patrocínio
Presidente: Marcelo Queiroz
Atividade: Café



APPCER - Associação dos Pequenos Produtores do Cerrado
Presidente: Carlos Behrend
Atividade: Café



AMOCA - Associação dos Cafeicultores de Monte Carmelo
Presidente: Carlos Dorna Alvarez
Atividade: Café



ASSOCAFÉ - Associação dos Cafeicultores da Região de Carmo do Paranaíba
Presidente: Cleber Wilhiam Ribeiro do Amaral
Atividade: Café



ASSOGOTARDO - Associação de Apoio aos Produtores Rurais da Região de São Gotardo
Presidente: Naohito Tsuge
Atividade: Café, Grãos, Hortifrúteis e Pecuária



ASSOPATOS - Associação dos Cafeicultores de Patos de Minas e Região
Presidente: Geraldo Azevedo França
Atividade: Café

FUNDAÇÃO



Fundaccer
Fundação de Desenvolvimento do Cerrado Mineiro
Presidente: Francisco Sérgio de Assis
Atividade: Pesquisa & Desenvolvimento

Propósito: Região de Cerrado Mineiro

Integrar, desenvolver y conectar las personas influenciando la transformación y la evolución de la cultura del café.

Integrar	Desenvolver	Conectar
<p data-bbox="598 728 968 942">Identidad Regional en torno a la innovación y sustentabilidad</p> <p data-bbox="547 1013 738 1063">Integrar - Envolver, mostrar a direção.</p> <p data-bbox="547 1113 1057 1213">Integrar a Região com uma postura inovadora e empreendedora, focada no futuro dos nossos produtores e da Região, na qual o culto ao café e a sustentabilidade são um movimento e não marketing.</p>	<p data-bbox="1184 728 1528 942">Relevancia para la certificación de origen y generar captura de valor</p> <p data-bbox="1095 1013 1375 1063">Desenvolver - Pensar grande, criar novas regras.</p> <p data-bbox="1095 1113 1605 1213">Juntos, desenvolver formas de produzir e fazer negócio, criando relevância para a nossa Região e garantindo a promoção de nossa certificação de origem, a geração e a captura de valor.</p>	<p data-bbox="1745 742 2102 956">Conexión entre clientes y productores para talentos y pasiones</p> <p data-bbox="1643 1013 1872 1063">Conectar - Aproximar, gerar relacionamentos.</p> <p data-bbox="1643 1113 2153 1213">Promover a conexão direta da nossa Região e dos nossos produtores, junto aos torrefadores e amantes do café, valorizando, reconhecendo e conectando seus talentos e paixões.</p>

Plan Estratégico- 30 Acciones

Promoción y Desarrollo de Mercado (11)

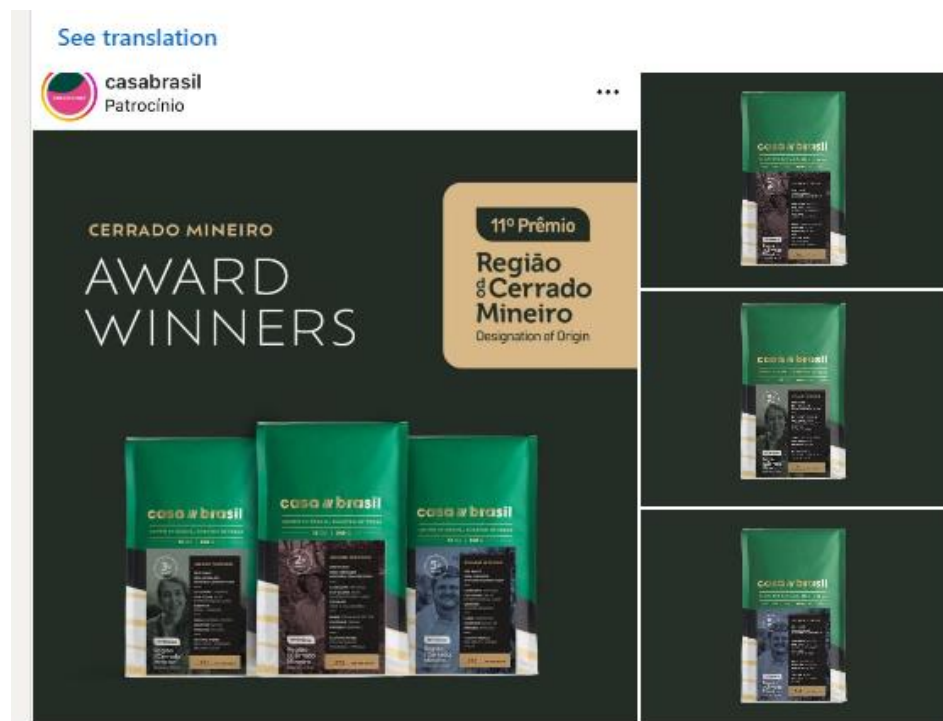
Certificación de Origen y Calidad (3)

Comunicaciones (7)

Investigación y Desarrollo (9)

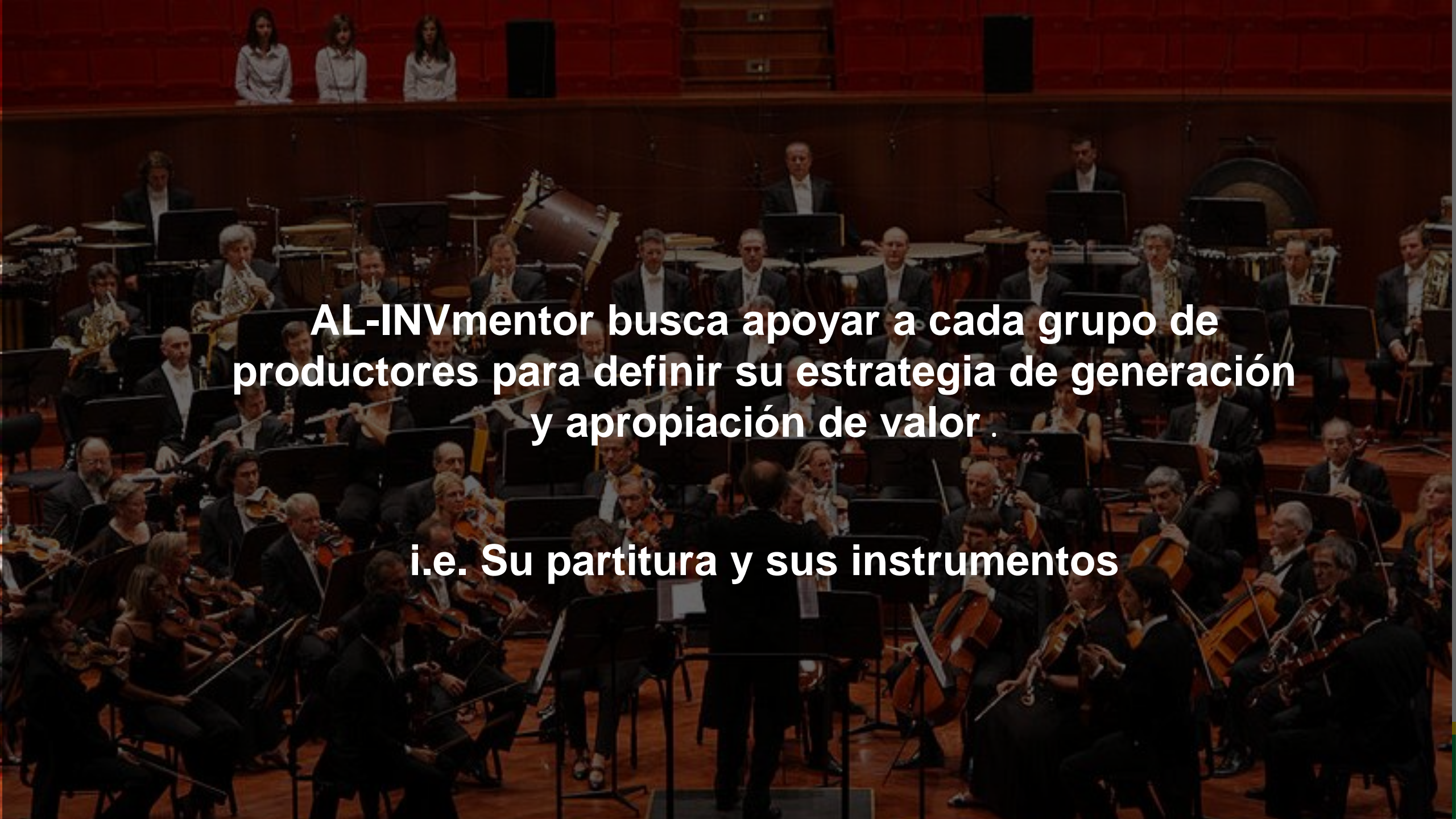
PROMOÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE MERCADO	AÇÃO: Estruturação de comité comercial com representantes dos departamentos comerciais das cooperativas e/ou da Federação dos Cultivadores do Cerrado.	AÇÃO: Planejamento para atuação no mercado internacional.	AÇÃO: Credenciamento de novos armadores a cadais de qualidade Região do Cerrado Mineiro.	AÇÃO: Credenciamento de novos armadores a cadais de qualidade Região do Cerrado Mineiro.	AÇÃO: Orientar torreadores ao uso correto da Denominação de Origem Região do Cerrado Mineiro.	AÇÃO: Incentivo e apoio aos torreadores para o uso do selo de Origem e Qualidade Região do Cerrado Mineiro.	AÇÃO: Política de Participação em eventos regionais, nacionais e internacionais.
	AÇÃO: Plano de relações institucionais e captação de recursos.	AÇÃO: Plano de turismo de negócios.	AÇÃO: Prêmio Região do Cerrado Mineiro.	AÇÃO: Expo Cerrado Mineiro.			
CERTIFICAÇÃO DE ORIGEM E QUALIDADE	AÇÃO: Departamento de Certificação de Origem e Qualidade.	AÇÃO: Proteção e Auditoria da Denominação de Origem.	AÇÃO: Laboratório de Qualidade.				
COMUNICAÇÃO	AÇÃO: Placa Denominação de Origem Município Poços.	AÇÃO: Jornal Região do Cerrado Mineiro.	AÇÃO: Programa de Rádio.	AÇÃO: Material Promoção Cerrado Mineiro.	AÇÃO: Circuito Região do Cerrado Mineiro.	AÇÃO: Programa de incentivo e qualificação do comércio Regional de Café.	AÇÃO: Programa de Participação.
PESQUISA E DESENVOLVIMENTO	AÇÃO: Academia de Lideres.	AÇÃO: Rede de Pesquisas Região do Cerrado Mineiro.	AÇÃO: Certificação de Boas Práticas Agrícolas.	AÇÃO: Produção Sustentável.	AÇÃO: Grupos Educacionais.	AÇÃO: Pesquisa de Participação.	AÇÃO: Mulheres do Café.
	AÇÃO: Programa de Qualidade do Café.	AÇÃO: Programa Educacional para Escolas.					

Una agenda ambiciosa



Café na taça e comida mineira: cafeicultores do Cerrado Mineiro, a 1ª DO do Brasil, lançam Rota Turística

oglobo.globo.com



AL-INVmentor busca apoyar a cada grupo de productores para definir su estrategia de generación y apropiación de valor.

i.e. Su partitura y sus instrumentos

Fases Iniciativa AL-INVmentor



Fase 1

Enero – Junio 2024

Preparación y Lanzamiento

- Planeación y Metodología
- Verificación de interés por instituciones de cada país
- Acuerdo de criterios de selección de productos
- Alineación y adaptación a necesidades y contexto local de cada país
- Definición de Cronogramas
- **Lanzamiento y Difusión**

Selección de 6 productos en la región con base en criterios acordados, incluyendo elementos de sustentabilidad



Fase 2

Julio 2024- Enero 2025

Desarrollo de Mentorías

Apoyo técnico en definiciones de producto y territorio (pliego de condiciones) para sustentar solicitud de reconocimiento IG
Desarrollo estrategias acordes con cada producto y sus retos

Vamos a Trabajar

- Tiempo, Esfuerzo, Disciplina y Dedicación
- Sesiones presenciales de al menos un día completo (2-3)
- Sesiones Virtuales 2-3 horas (al menos 4)

Asistencia de Grupos

Mínimo 3, Máximo 5 personas

Grupos mas amplios para casos especiales



Criterios de Selección Beneficiarios

- Conocimiento Producto y Relación Origen-Calidad
- Motivación para uso Instrumentos Indicación Geográfica / Denominación de Origen
- Cohesión del Grupo de Productores - Cadena de Valor
- Potencial de Mercado
- Relevancia en el territorio - Sustentabilidad
- Aplicante- compromiso

Inscripción hasta Junio 30



Julio 4- Preselección con base en 6 criterios

(Consultoría como secretario técnico)



Julio 5- Selección finalistas y retroalimentación

(Al-Invest Verde – Secretaría Bioeconomía y Consultoría)



Julio 8-9 Entrevistas



Julio 10 Anuncio Seleccionados



AL-INVmentor 
Argentina

AL-INVEST Verde



DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

¡GRACIAS!

Luis.Samper@4point0brands.com

