



FORMULARIO INFORME TECNICO

GIRAS DE INNOVACIÓN 2013

Nombre de la gira de innovación
Gira de prospección y difusión de metodologías y experiencias organizativas de productos con Denominación de Origen.
Código FIA
GIT-2013-0171
Fecha de realización de la gira
05-12-2013 al 13-12-2013
Ejecutor
Universidad Católica de Temuco
Coordinador
Armin Cuevas Riquelme
País (es) visitado (s)
Perú
Firma del coordinador



Instrucciones:

- La información presentada en el informe técnico debe estar directamente vinculada a la información presentada en el informe financiero, y ser totalmente consistente con ella
- El informe técnico debe incluir información en todas sus secciones, incluidos los anexos
- Los informes deben ser presentados en versión digital y en papel (dos copias), en la fecha indicada como plazo de entrega en el contrato firmado entre el ejecutor y FIA

1. Identificación de los participantes de la gira de innovación

Nombre y apellido		Entidad donde trabaja	Profesión, especializa	Correo electrónico	Teléfono	Dirección
1	Ginette Rivera Tralma	Cooperativa Campesina Agroindustrial Alimentaria Ankún	Agricultora			
2	Marta Cañete Cid	Cooperativa Campesina Agroindustrial Alimentaria Ankún	Agricultora			
3	Eva Polanco Solari	Cooperativa Campesina Agroindustrial Alimentaria Ankún	Agricultora			

4	Elvira Figuerosa	Cooperativa Campesina Agroindustrial Alimentaria Ankún	Agricultora			
5	Flor Calbuqueo Cid	Cooperativa Campesina Agroindustrial Alimentaria Ankún	Agricultora			
6	Gerardo Colipi	Cooperativa Campesina Agroindustrial Alimentaria Ankún	Agricultor			
7	Isabel Levío Curiqueo	Cooperativa Campesina Agroindustrial Alimentaria Ankún	Agricultora			

8	Claudio Soler Álvarez	Fundación para la Innovación Agraria	Represent			
9	Armin Cuevas Riquelme	Universidad Católica de Temuco	Ingeniero			
10	Christián Díaz Becerra	Universidad Católica de Temuco	Ingeniero			

	Solange Muñoz Gaete	Universidad Católica de Temuco	Ingeniero			

2. Itinerario realizado en la gira de innovación

Entidad (institución/em presa/ productor)	Ciudad y país	Describe las actividades realizadas	Nombre y cargo de la persona con quien se realizó la actividad en la	Temática tratada en la actividad	Fecha (día/mes/año)
Consejo Regulador del Pisco Perú. Fundo el Sarcay de Azpetia - Lima	Lima – Perú	Se conocieron las funciones y experiencia del consejo regulador de la denominación de origen del pisco Perú, Junto con ello se conoció en detalle los procesos involucrados en la elaboración del pisco y otras, su forma de comercialización y la asociación de esta actividad con el turismo y	Jaime Marimón. Presidente consejo Regulador de la Denominación de Origen del Pisco Perú.	Organización, administración y experiencia del consejo regulativo en términos de la denominación de origen del pisco en Perú, su vinculación con INDECOPI	7 – 12 - 2013

		gastronomía. .		y el mercado. Conocer el proceso de elaboración del pisco, junto a sus cualidades especiales, humanas y territoriales.	
Finca Santa Rosa	Villa Rica – Perú	Se visitó una plantación de café perteneciente a una productora con mayor superficie y tecnología productiva. Por ello, se conoció el cultivo, métodos de procesamiento del café. Junto con ello fue posible conocer también la vinculación que genera la producción de café con el la comercialización de diferentes tipos de café y agroturismo, que en el caso de esta finca sabe aprovechar bastante bien, utilizando la casa patronal como hostel. Al igual que otras empresas individuales forma	Selene Contreras	Identificación de las características, humanas, territoriales y especiales del producto, Su comercialización, vinculación con el mercado y experiencia organizativa y administrativa en términos de denominación de origen,	8-12-2013

		parte de la denominación de origen, y su propietaria, desarrolla además la función de Tesorera dentro del consejo regulador Café Villa Rica.			
CONAVIR	Villa Rica – Perú	<p>En la visita se conoció la experiencia de Conavir que corresponde a una asociación de 215 productores de café con superficies de cultivo entre 5 y 10 ha, y que forman parte del consejo regulador del café Villa Rica. Los productores asociados entregan el 80% de su producción a Conavir, bajo el concepto de la excelencia de calidad y mejora continua de las capacidades técnicas a través de la capacitación. En un principio esta asociación trabajaba con mucha</p>	Rogel Vega	Identificación de las características, humanas, territoriales y especiales del producto, Su comercialización, vinculación con el mercado y experiencia organizativa y administrativa en términos de denominación de origen,	8-12-2013

		<p>intermediación pero actualmente son mas independientes y han logrado una certificación de comercio justo que permite comercializar mayores cantidades de producto.</p>			
Cepro Yanasha	Villa Rica – Perú	<p>En CEPRO Yanasha se pudo conocer la experiencia de una asociación de productores indígenas con reducidas superficies de cultivo, pero con una diferenciación relacionada con las certificaciones orgánicas, buen nivel de gestión e integración de sus miembros en la participación de la asociación . Son un grupo que ha logrado generar alianzas internacionales y apoyo económico gracias a la buena promoción de la calidad específica y general del producto. Importante es señalar que Cepro</p>	Gino Marín	<p>Identificación de las características, humanas, territoriales y especiales del producto, Su comercialización, vinculación con el mercado y experiencia organizativa y administrativa en términos de denominación de origen,</p>	8-12-2013

		Yanesha también forma parte del consejo regulador café Villa Rica.			
Municipio Villa Rica	Villa Rica – Perú	En esta visita se conto con la presencia del alcalde de Villa Rica, quien indicó todo el apoyo y compromiso que tiene este municipio para promover las denominación de origen del café Villa Rica, que ha logrado generar rutas turísticas a nivel urbano y rural, mejora en la conectividad terrestre, implementación de laboratorios de calidad del café, asesoramiento en términos de gestión y procesos de cultivo y la D.O. Junto con ello se nos mostró las dependencias del laboratorio de calidad del café, los protocolos utilizados y conocer el personal que corresponde en	Juan Carlos La Torre	Identificación de las características, humanas, territoriales y especiales del producto, Su comercialización, vinculación con el mercado y experiencia organizativa y administrativa en términos de denominación de origen,	9-12-2014

		<p>su mayoría a los hijos de los propios socios que han sido capacitados.</p> <p>Importante es mencionar que el municipio de Villa Rica forma parte del Consejo regulador de la denominación de origen, siendo el alcalde su presidente.</p> <p>Finalmente se indica que esta denominación de origen no cuenta con autorización de uso del sello, dado que Indecopi exige que la organización cuente con un protocolo y sistema detallado de control de calidad del producto.</p>			
Ceramistas La Encantada	Piura – Perú	<p>En esta visita los ceramistas mostraron el proceso de elaboración de las cerámicas, dentro de lo cual pudo observarse las diferentes maquinarias, y etapas</p>	Luis cueva	<p>Conocer los 19 productores certificados con denominación de origen y el periodo de preparación del consejo</p>	11-12-2013

		<p>particulares como el ahumado de estas , que influye directamente en el color final del producto. Señalan además su experiencia en relación al uso del sello que es una problemática dado que durante la evaluación de calidad si el producto no pasa la prueba, el producto se debe destruir. Junto con ello se refieren a los temas de comercialización y el mal uso que otros ceramistas que no pertenecen a la Chulucanas ocasionan en desmedro del producto original. Finalmente forman parte de lo 17 productores autorizados para utilizar el sello.</p>		<p>regulador y su vínculo con el centro de innovación tecnológica.</p> <p>Conocer el proceso de elaboración de las cerámicas por parte de productores y el vinculo del producto con las cualidades especiales, territoriales y humanas, y comerciales de este producto</p>	
<p>Centro de Innovación Tecnológica Cerámicas de Chulucanas</p>	<p>Chulucanas – Perú</p>	<p>Esta visita fue muy interesante dado que este centro es el encargado del análisis de calidad de los productos finales y por otro lado producir materias primas</p>	<p>Luis Cueva</p>	<p>Conocer los 19 productores certificados con denominación de origen y el periodo de</p>	<p>11-12-2013</p>

		<p>estandarizadas para entregar a los productores que hacen uso del sello. De este modo se generan productos más estándar. Junto con ello este centro cuenta con tecnologías que se han ido adaptando en función del proceso tradicional. Por último se realizó una demostración de la producción de cerámicos con los distintos equipos utilizando de igual manera las manos y los pies, que es algo muy particular de estas cerámicas. El equipo técnico de este centro de Innovación esta compuesto por diferentes técnicos, un académico de la universidad Nacional de Piura y los propios productores.</p>		<p>preparación del consejo regulador y su vínculo con el centro de innovación tecnológica. Conocer el proceso de elaboración de las cerámicas por parte de productores y el vinculo del producto con las cualidades especiales, territoriales y humanas, y comerciales de este producto</p>	
José Soza	Chulucanas – Perú	Esta visita estuvo orientada en conocer un local comercial que se dedica a la venta	Jose SOza	Conocer los 19 productores certificados con	11-12-2013

		<p>de cerámicas con y sin sello de la denominación de origen. Es importante señalar que los productos con sello en general era poca cantidad debido a exigente calidad y la venta rápida de especies originales en diferentes ferias en las cuales los productores participan. A diferencia de café Villa Rica y Pisco Perú, los ceramistas de Chulucanas no han desarrollado una vinculación a rutas turísticas que permita dar más valor a su situación económica. Por otro lado se trata de una zona con mayor índice de pobreza.</p>		<p>denominación de origen y el periodo de preparación del consejo regulador y su vínculo con el centro de innovación tecnológica.</p> <p>Conocer el proceso de elaboración de las cerámicas por parte de productores y el vínculo del producto con las cualidades especiales, territoriales y humanas, y comerciales de este producto</p>	
María Sánchez	Chulucanas – Perú	<p>Al igual que el caso anterior se visitó y conoció otro taller y sala de venta de cerámicas.</p>	María Sanchez	<p>Conocer los 19 productores certificados con denominación de origen y el periodo de</p>	11-12-2013

				<p>preparación del consejo regulador y su vínculo con el centro de innovación tecnológica.</p> <p>Conocer el proceso de elaboración de las cerámicas por parte de productores y el vínculo del producto con las cualidades especiales, territoriales y humanas, y comerciales de este producto</p>	
INDECOPI	Lima – Perú	<p>Indecopi a través de su directora de signos distintivos y dos de sus ejecutivos señalaron las funciones de esta dirección y su importancia en la promoción y fortalecimiento de productos con calidad vinculada al origen, profundizando ejemplos de éxito</p>	Verónica Perea	<p>Conocer las funciones de promoción del mercado, su rol como regulador de la protección de los derechos de los consumidores, su participación en el fomento de la</p>	12-12-2013

		<p>y fracaso de denominaciones de origen. Por ello y de acuerdo a sus experiencia señalaron que una buena herramienta con la cual actualmente trabajan este tema, corresponde a las marcas colectivas que han logrado establecer productos en el mercado y además fortalecido las organizaciones de productores.</p>		<p>economía peruana que busca resguardar todas las formas de propiedad intelectual: desde los signos distintivos y los derechos de autor hasta las patentes y la biotecnología.</p>	
--	--	--	--	---	--

2.1 Indicar si hubo cambios respecto al itinerario original

El programa original presentado se ejecutó sin inconvenientes ni cambios.

3. Indicar el problema y/o oportunidad planteado inicialmente en la propuesta

Actualmente una forma de darle mayor valor a los productos locales que presentan características culturales en su fabricación dada su vinculación al origen y las tradiciones, es utilizando sellos distintivos, como, la denominación de origen, la indicación geográfica o bien las marcas colectivas. Si bien lo anterior es una oportunidad, dada la posibilidad de su solicitud y posible aceptación, también representa la necesidad de un mayor apoyo como el caso particular de los productores mapuche de merkén de la región de La Araucanía, que requieren socializar con otros productores e instituciones que han logrado obtener la denominación de origen (DO) de otros productos, para conocer la importancia del fortalecimiento de la asociatividad y la organización de la comunidad territorial del merkén a través de la formación de un consejo regulador que permita generar una red de administración, control de la calidad y promoción del producto. Lo anterior se fundamenta en el hecho que obtener una denominación de origen no es fácil, debido a las altas exigencias de INAPI, que exige contar con un consejo de regulación que vele por la integridad del producto en el ámbito humano, productivo y territorial.

4. Indicar el objetivo de la gira de innovación

El propósito que tiene esta gira es prospectar y difundir metodologías y experiencias de organización, administración, comercialización y articulación con diferentes organismos de regulación y promoción de productos con denominación de origen y marcas colectivas.

5. Describa clara y detalladamente la o las soluciones innovadoras encontradas en la gira

En primer lugar es importante mencionar que en Perú han logrado identificar, distinguir y promocionar sus productos tradicionales a través de la denominación de origen, si bien todos los productos con D.O, no han funcionado, existen unos pocos productores organizados y fortalecidos en mayor o menor grado, gracias al apoyo de los municipios, INDECOPI, centros de innovación y su propia organización que a través de los Consejos de Regulación han logrado promover a nivel nacional e internacional productos como el pisco peruano, las cerámicas de Chulucanas y el café de Villa Rica. En el caso del Pisco Perú, esta D.O es la que presenta un mayor avance y gestión, dado que existe un liderazgo que ha logrado mantener un Consejo regulador, a través de la implantación de un sello en el

producto que sirve para financiar los gastos operativos del dicho consejo que regula todos los ámbitos de influencia de la D.O y que es dirigido exclusivamente por productores, además tienen definida su zona geográfica de influencia que y un manual de uso y control. El caso del café Villa Rica, si bien no cuenta con la autorización de uso a diferencia del Pisco y Chulucanas, es un producto que ha logrado generar un consejo regulador formado integrado por productores naturales, jurídicos y el municipio, que presta apoyo técnico.

Los productores Peruanos visitados tienen una gran vinculación con el turismo, en cuanto a servicios de alojamiento, alimentación, tours, y otras rutas turísticas, en este sentido destaca principalmente el producto Pisco, pero por sobre todo el café de Villa Rica que pese a no contar con la autorización de uso, ha logrado generar alianzas internacionales, mejorar la conectividad terrestre y los servicios de hotelería, alimentación y agroturismo sustentable.

Indecopi ha logrado ser eficaz en su rol de resguardo y promoción de los signos distintivos, manteniendo una vigilancia permanente con los productores y consejos de regulación. Si bien la denominación de origen es la principal meta de los productores, Indecopi ha apostado en este último tiempo por potenciar en primera instancia el fortalecimiento y liderazgo de las agrupaciones para la promoción exitosa de sus productos. Es en este sentido que las marcas colectivas representan una herramienta que ha logrado posicionar productos con vinculación al origen y ser el paso previo para una futura D.O.

La experiencia vista en Perú permite mencionar como primera solución innovadora un aumento del valor del producto merkén a través de la declaración de la denominación de origen de este producto por parte de los productores mapuche ante INAPI, dado que posee los suficientes argumentos, como el tratarse de un producto bandera que inconscientemente a pasado a formar parte de la mesa nacional, internacional y souvenirs que se ligan directamente a la cultura y gastronomía mapuche que utiliza un proceso de elaboración único y heredado de generación en generación, utilizando el ecotipo de ají cacho de cabra, que se cultiva bajo condiciones culturales y un clima único en un área geográfica delimitada por las comunas que integran el territorio nagche ubicado en la vertiente oriental de la cordillera de Nahuelbuta, Región de La Araucanía. A lo anterior debe sumarse que existe un manual de uso y control del merkén, y una organización de productores como la Cooperativa Ankún capaz de gestionar y administrar un Consejo Regulador de la denominación de origen, que puede ser apoyada desde el punto de vista de la calidad nutricional, microbiológica y organoléptica por el laboratorio

de alimentos de la Universidad Católica de Temuco.

Una tercera solución innovadora observada es la gestión de certificaciones, como producción orgánica y comercio justo que ha permitido a pequeños agricultores poder mejorar la rentabilidad de sus productos, especialmente en el caso del café.

Otra solución innovadora tiene relación con laboratorios de certificación de calidad operado y dirigido por los propios agricultores. Los catadores dan asistencia técnica a los productores de café para mejorar y estandarizar la calidad del café y a su vez entrenan nuevos catadores, hijos de los propios productores.

Centro de innovación tecnológica

6. Indique la factibilidad de implementar en el país la o las soluciones innovadoras encontradas en la gira

En cuanto a la denominación de origen es completamente factible la implementación de esta herramienta de promoción para el merkén y otro tipo de productos con una vinculación al origen y las tradiciones. En el caso del merkén debiera ser un proceso más rápido dado que existe un trabajo previo de fortalecimiento de varios años de las organizaciones productivas que se ubican en el centro de origen de este producto y que actualmente en su mayoría forman parte de la Cooperativa Campesina Agroindustrial Ankún. Asimismo estos productores cuentan con un directorio capaz de asumir funciones como consejo regulador de la denominación de origen del merkén y el apoyo de la universidad Católica de Temuco, que ha permitido generar un manual de uso y control del producto, protocolos descritos para el cultivo del ají y cilantro y evaluación de los estándares de calidad del producto. Aún así, es importante mencionar que este tipo de iniciativas se deben tomar con responsabilidad, teniendo en cuenta que se trata de productos que deben ser sustentables en cuanto al capital humano y territorial, donde son los productores los que deben manejarla. Por lo tanto, para cualquier otro tipo de productos debe considerarse un diagnóstico responsable que permita verificar el real estado de organización de los productores, para evitar el fracaso producto de un fortalecimiento deficiente que afecta directamente sustentabilidad de una denominación de origen.

En relación a las marcas colectivas, se trata de una herramienta de promoción y

comercialización que resulta interesante implementar en Chile dado la seguridad jurídica y exclusividad para aquellos productos con una calidad vinculada al origen y las tradiciones que aún no han sido valorados o mostrados al mercado. La implementación de marcas colectivas previo de un diagnóstico acucioso de los productos, representan el primer paso para formar organizaciones fortalecidas que en el futuro permitirían poder gestionar y administrar de modo sustentable una posible indicación geográfica o denominación de origen para aquellos productos. En este aspecto las marcas colectivas representan los cimientos de una cadena que tiende a reforzar los temas asociativos dada la necesidad de difusión y promoción. Lo importante que este tipo de iniciativas no debe imponerse, por lo tanto, debe nacer de los productores para además mejorar la estandarización y calidad de los productos. Entonces el propósito es crear un interés, una asociatividad y un liderazgo. Por lo tanto es importante mencionar que es factible utilizar este tipo de herramienta promocional dado que existen productores de diferentes productos que requieren posicionar y dar a conocer sus productos en el mercado.

Dado que las técnicas y condiciones de cultivo de los agricultores mapuche que producen merkén se centran inconscientemente durante generaciones en los principios agroecológicos, consideramos que con un buen apoyo técnico y de gestión, perfectamente puede implementarse un sistema de cultivo orgánico certificado para el ají, cilantro y otras especies que se utilizan para la elaboración de condimentos con cierta calidad específica. Por lo tanto es completamente factible gestionar una iniciativa de este tipo con los agricultores para potenciar los diferentes cultivos con calidad asociada al origen como el ají, yuyo, vinagrillo, nalca, entre otros.

El estado chileno en su afán por promover el desarrollo de los territorios genera la necesidad que el merkén a través de su capital humano y territorial pueda determinar su centro de origen para desarrollar festividades y agroturismo a través de la creación de rutas turísticas identitarias que muestren el territorio donde se cultiva y procesa el ají para la elaboración del merkén y otras especies de la huerta. Por lo tanto es factible, dado que existe un territorio, una cultura y tradiciones que dan valor a este producto.

Para implementar un centro de innovación tecnológica para el merkén, se cuenta con profesionales expertos en el tema y una unidad de investigación de la Universidad católica de Temuco capaz de gestionar iniciativas que lleven a la creación de esta iniciativa que es importante para mejorar la situación del merkén a nivel de producto con calidad asociada al origen

7. Indique y describa los contactos generados en el marco de la realización de la gira de innovación

Nombre del contacto	Institución a la que pertenece	Descripción de su trabajo en la institución	Teléfono	Correo electrónico	Dirección
Gino Marín Ciriacó	Cepro Yane sha	Gerente			
Domingo Brack	Consejo Regulador Café Villa Rica	Presidente			
Juan Carlos La Torre	Municipio Villa Rica	Alcalde			
Seleña Contreras Obregón	Finca Santa Rosa	Gerente			
Jaimé Mari món Piza	Consejo Regulador Denominación de Origen	Presidente			

Proyecto	Pisco				
Verónica Pereira	INDECOPI	Director de signos distintivos			
Raquel Da Costa	Indecopi	Ejecutivo Signos distintivos			
Sandy Boza	Indecopi	Ejecutivo Signos distintivos			
Delia Centeno	Villa Palma	Gerente general			
Luis Cueva	Universidad Nacional de Piura	Docente y director Cerámicas de Chulucanas			
José Soza	Consejo Regulador Cerámicas de Chulucanas	Presidente			

Marlene Romero Telo	Municipio Villa Rica	Asesor Municipal D.O Café Villa Rica			

8. Indique posibles ideas de proyectos de innovación que surgieron de la realización de la gira

Una primera idea de proyecto es potenciar las marcas colectivas a través de ciertos productos de la huerta mapuche con calidad vinculada al origen y las tradiciones como el ajo chilote, el lahue, yuyo, vinagrillo, nalca, berro, tomino, albahaca, cilantro, chaskú. El comenzar a trabajar este tipo de instrumento de promoción en los productos chilenos, representa un tema muy innovador, dado que mejoraría la promoción y comercialización de los productos, ayudado además a formar y fortalecer las organizaciones de productores.

Una segunda idea de proyecto es concretar la denominación de origen del merkén, para ello se requiere formalizarla ante INAPI y apoyar en una primera etapa a los productores en términos de la administración de esta y su Consejo Regulador.

Una tercera idea de proyecto se refiere a definir el centro de origen del merkén y realizar una fiesta costumbrista que involucre a todos los productores para mostrar el cultivo del ají, su procesamiento y la gastronomía mapuche. Junto con ello presentar rutas temáticas en relación a los puntos anteriores, para en conjunto promover, difundir y comercializar el producto y todo lo relacionado a este dentro de su territorio.

Una cuarta idea de proyecto es implementar un Centro de Innovación Tecnológica, que cuente con profesionales con experiencia en la gestión, implementación y desarrollo de iniciativas relacionadas a productos con calidad asociada al origen, y con un laboratorio para dar respuesta en términos de calidad y estandarización de los productos de manera de garantizar la real autenticación del producto y evitar copias que dañan la imagen y reputación de estos, sus productores y el territorio.

Potenciar profesionales con experiencia en la línea de signos distintivos, incluyéndolos en los programas de desarrollo, para que sean capaces de gestionar, educar y promover de manera responsable y efectiva estas herramientas de promoción y diferenciación. Junto

con ello sería interesante capacitar a los productores especialmente campesinos para generar un interés y valor agregado en sus productos.

Otra idea de proyecto, es crear una dirección de signos distintivos en INAPI, para otorgar, administrar y proteger herramientas de promoción como marcas colectivas, indicaciones geográficas, denominaciones de origen, sellos de origen, lo anterior para gestionar alianzas con otros organismos para ayudar a los productores en la debilidades.

9. Resultados obtenidos

Resultados esperados inicialmente	Resultados alcanzados
Establecer un consejo regulativo del merkén	Gracias a lo prospectado en Perú y basándonos en la experiencia de las distintas denominaciones de origen visitadas, podemos decir que el directorio de la Cooperativa Agroindustrial alimentaria Ankún cuenta con las condiciones jurídicas para responder a la ley chilena para operar como consejo de regulación y solicitante de la Denominación de origen. Junto con ello se puede invitar a otros productores naturales y jurídicos para darle mayor representatividad a esta solicitud.
Promover el desarrollo de mesas de trabajo entre los propios productores y el Instituto de Protección Intelectual (INAPI) para discutir y dar solución a los distintos detalles que han retrasado la obtención de la denominación de origen	En los talleres de difusión se generaron mesas de trabajo entre los productores, sus asesores técnicos y jurídicos, y distintos organismos públicos como Conadi, FIA, Gobierno regional y municipio de Purén , con los cuales se definió un logo, el territorio y los demás pasos jurídicos a seguir para la solicitud de la denominación

	<p>de origen del merkén mapuche. En cuanto al territorio se respetará el marco histórico de producción de ají y merkén señalado en relatos de Claudio Gay, que en este caso corresponde al territorio nagche compuesto por las comunas de Renaico, Angol, Purén, Los Sauces, Lumaco, Traiguén, Chol Chol, Galvarino y Nueva Imperial.</p>
<p>Desarrollar nuevas redes de articulación como una ruta turística, que permitiría un desarrollo integral y sostenible del merkén en términos de comercialización, promoción y validación del producto en el mercado nacional e internacional.</p>	<p>Como parte de la promoción y comercialización de los productos elaborados por la Cooperativa Agroindustrial Alimentaria Ankún, entre los cuales se encuentra el merkén, podemos señalar que durante los meses de enero y febrero se participo en diferentes ferias locales en las comunas de Pucón, Puerto Savedra, Purén y Lumaco.</p>

10. Actividades de difusión de la gira de innovación

Fecha (día/mes/año)	Tipo de actividad (charla, taller de discusión de resultados y/o publicación)	Tipo de participantes (indicar hacia quien está orientada la actividad)	N° de participantes
Taller de difusión 1	Taller de trabajo interno para orientar lo aprendido en función del avance de la solicitud de denominación de origen del merkén mapuche	Productores de merkén, profesionales asesores de la Denominación de origen, profesionales dan inicio a la selección del territorio, logo y	36

		<p>lecciones aprendidas de la gira. Por otra parte los integrantes de la gira muestran al resto de los socios y productores de merkén las actividades y experiencias de la gira a Perú.</p>	
<p>Taller de difusión 2</p>	<p>Taller de trabajo con autoridades publicas (FIA, Conadi, gobierno regional), municipios, asesores técnicos y jurídicos en relación de discusión y muestra de resultados de la gira y acuerdos tomados en taller 1</p>	<p>Productores, en conjunto con las distintas autoridades socializan los avances del taller anterior y consensuan en relación al logo y territorio que representará el merkén. Por otro lado se logro concientizar la importancia de la denominación de origen para su apoyo en la solicitud de esta.</p>	<p>26</p>

11. Indique cualquier inconveniente que se haya presentado en el marco de la realización de la gira de innovación

Más que inconvenientes debemos señalar que la acogida por parte de los productores y autoridades peruanas fue muy generosa, destacando su proactividad, preparación en las charlas y disposición por enseñarnos su experiencia y futuros lazos de trabajo que se pudiesen generar a futuro.

ANEXOS

- 1) Anexo 1: Documentos técnicos recopilados en la gira de innovación
- 2) Anexo 2: Material audiovisual recopilado en la gira de innovación
- 3) Anexo 3: Lista de participantes de la actividad de difusión, indicando nombre, apellido, entidad donde trabaja, teléfono, correo electrónico y dirección
- 4) Anexo 4: Material entregado en las actividades de difusión

ANEXOS se encuentran disponible en CD adjunto.