

Guía de asociatividad para la gestión de **Denominaciones de Origen**



ÍNDICE

01 CAPÍTULO

Implementación del proyecto asociativo 10

- 1.1 Ruta de constitución y formalización de una figura asociativa** 11
- 1.2 Tipos de figuras asociativas, marco legal y figuras más convenientes para los procesos de DO** 12
- 1.3 Pasos generales para la formalización de una figura asociativa** 15
- 1.4 Identificación de actores directos e indirectos del proyecto asociativo** 16
- 1.5 Potenciales miembros del proyecto asociativo y otros posibles aliados no asociados** 22
- 1.6 Identificación de la figura jurídica adecuada para un proceso de Denominación de Origen** 24
 - 1.6.1 Lista de verificación para definir la figura jurídica adecuada
- 1.7 Identificación y construcción del objeto social de la figura asociativa** 26
 - 1.7.1 Componentes clave del objeto social
 - 1.7.2 Pasos para la construcción del objeto social
 - 1.7.3 Lista de verificación para la redacción del objeto social
- 1.8 Construcción de instancias de gobernabilidad de la figura asociativa** 30
 - 1.8.1 Principales instancias de gobernabilidad
 - 1.8.2 El lugar del CADO dentro de las instancias de gobernabilidad
 - 1.8.3 Pasos para la construcción de las instancias de gobernabilidad
- 1.9 Construcción de documentación del proyecto asociativo** 36
 - 1.9.1 Importancia de la documentación
 - 1.9.2 Documentos básicos para una figura asociativa
 - 1.9.3 Propuestas de guías y proformas actualizadas
- 1.10 Revisión de buenas prácticas organizacionales** 39
- 1.11 Caso ilustrativo: DO cerámica negra de la Chamba – Constitución de un proceso asociativo para la gestión de la DO** 41

Introducción 08

42

Comité Administrador de la Denominación de Origen (CADO)

02 CAPÍTULO

- 2.1 Definición del CADO** 43
- 2.2 Obligaciones, derechos y responsabilidades del CADO** 43
- 2.3 Proceso de creación y constitución de un CADO** 46
 - 2.3.1 Diagnóstico y planeación inicial
 - 2.3.2 Definición de la figura jurídica
 - 2.3.3 Redacción del reglamento de uso
 - 2.3.4 Formalización del CADO
 - 2.3.5 Capacitación y desarrollo organizativo
 - 2.3.6 Implementación de herramientas de gestión y monitoreo
 - 2.3.7 Presentación pública y lanzamiento del CADO
- 2.4 Estructura técnica de un CADO** 50
 - 2.4.1 Representatividad de los productores y actores clave
 - 2.4.2 Conocimientos técnicos del oficio y del producto
 - 2.4.3 Facilidades logísticas y administrativas
 - 2.4.4 Recursos humanos con capacidades de gestión y promoción
 - 2.4.5 Soporte legal y cumplimiento normativo
 - 2.4.6 Enfoque en sostenibilidad y desarrollo social
- 2.5 Estructura financiera y administrativa de (CADO)** 52
 - 2.5.1 Requisitos financieros mínimos para la viabilidad del CADO
 - 2.5.2 Instrumentos de transparencia y rendición de cuentas
 - 2.5.3 Planes de sostenibilidad y expansión
- 2.6 Normativa específica aplicable al CADO en organizaciones vigiladas por el Ministerio del Interior** 54
- 2.7 Planificación y monitoreo de acciones del CADO** 56
 - 2.7.1 Buenas prácticas de planificación
 - 2.7.2 Mecanismos e indicadores para monitorear resultados.
- 2.8 Sostenibilidad del CADO en el tiempo** 58
 - 2.8.1 Sostenibilidad financiera de un CADO
 - 2.8.2 Lista de verificación para medir la sostenibilidad en el tiempo de un CADO
- 2.9 Caso ilustrativo: DO Arroz de la Meseta de Ibagué – Ejemplo de un CADO consolidado que funciona de manera adecuada** 61

03 CAPÍTULO

Mercadeo de la Denominación de Origen 62

- 3.1 Obligaciones del CADO para la promoción interna y externa de la DO 63
 - 3.1.1 Promoción interna de la DO
 - 3.1.2 Promoción externa de la DO
- 3.2 Estrategias y herramientas de mercadeo interno 64
 - 3.2.1 Estrategias de mercadeo interno
 - 3.2.2 Herramientas de mercadeo interno
- 3.3 Estrategias y herramientas de mercadeo externo 66
 - 3.3.1 Estrategias de mercadeo externo
 - 3.3.2 Herramientas de mercadeo externo
- 3.4 Caso ilustrativo: DO Bocado Veleño – Estrategias de promoción efectivas implementadas por un CADO 68
- 3.5 Caso ilustrativo transversal: Federación Nacional de Cafeteros 69
- 3.6 Caso ilustrativo internacional: DO Tequila – México 70

04 CAPÍTULO

Marco legal de las formas organizativas y de las Denominaciones de Origen 71

- 4.1 Identificación de normas y circulares 72
- 4.2 Presentación marco normativo de las DO 77
- 4.3 Roles y responsabilidades legales del Comité Administrador de la Denominación de Origen (CADO) 80
- 4.4 Herramientas jurídicas de un Comité Administrador de la Denominación de Origen (CADO) 81
- 4.5 Documentación accesible 83
- 4.6 Verificación de relevancia y actualidad 83
 - 4.6.1 Revisión periódica de la normativa legal
 - 4.6.2 Evaluación de la estructura organizativa de la DO
 - 4.6.3 Alineación con las tendencias internacionales
 - 4.6.4 Revisión de la legislación nacional
 - 4.6.5 Mecanismos de consulta y participación
 - 4.6.6 Monitoreo y evaluación de impacto
- 4.7 Caso ilustrativo: DO Cerámica de El Carmen de Viboral – Acciones legales implementadas que protegieron una DO 87

05 CAPÍTULO

88 Estrategias para la gestión y movilización de recursos: fondos comunes y apoyo externo

- 89 5.1. Fuentes de financiamiento de los fondos comunes
 - 5.1.1 Autogestión interna: Cuotas de afiliación, sostenimiento y aportes sociales
 - 5.1.2 Gestión externa de recursos: Apoyo gubernamental y otras fuentes
- 89 5.2. Opciones adicionales: Financiamiento vía crédito
- 90 5.3. Creación y gestión de los fondos comunes
- 91 5.4. Movilización de recursos externos

06 CAPÍTULO

93 Glosario

07 CAPÍTULO

98 Caja de herramientas

Guía

de asociatividad para la gestión de Denominaciones de Origen

Esta publicación ha sido desarrollada en el marco del Proyecto Colombo-Suizo de Propiedad Intelectual (COLIPRI) Fase 2, implementado por el Instituto Federal Suizo de la Propiedad Intelectual (IPI), y financiado por la Embajada de Suiza en Colombia – Cooperación Económica y Desarrollo (SECO). Las opiniones y contenidos aquí expresados no son responsabilidad ni de la Embajada, del IPI o del proyecto COLIPRI II.

Fecha:
Diciembre 2024

Autores:
Julián Andrés Huérfano Valderrama, líder de proyecto
Neber Franquíl Martínez Rodríguez, jefe de equipo
Sandra Milena Rodríguez Torres, profesional socioempresarial DO
www.creato.org.co

Coordinado por:
Nathalie Hirsig, coordinadora de proyecto
Claire Philippoteaux, asociada de proyecto
Instituto Federal Suizo de Propiedad Intelectual (IPI)
Proyecto Colombo-Suizo de Propiedad Intelectual (COLIPRI) Fase 2
www.ipi.ch

Agradecimientos:
Artesanías de Colombia, Cavelier Abogados, Departamento Nacional de Planeación (DNP), DO Arroz de la Meseta de Ibagué, DO Bocadillo Veleño, DO Café de Colombia, DO Cerámica Artesanal de Ráquira, DO Cerámica de El Carmen de Viboral, DO Cerámica Negra de La Chamba, DO Queso Paipa, International Trademark Association (INTA), Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) y Universidad de South Carolina.

Lista de siglas y acrónimos principales

ADR	Agencia de Desarrollo Rural
BPM	Buenas Prácticas de Manufactura
BPO	Buenas Prácticas Organizacionales
CADO	Comité Administrador de la Denominación de Origen
CENPROMYPE	Centro Regional de Promoción de la MIPYME
CNC	Consejo Nacional de Competitividad
DO	Denominación de Origen
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (por sus siglas en inglés: Food and Agriculture Organization)
GAC	Gestión de Activos y Capacidades
ICA	Instituto Colombiano Agropecuario
INVIMA	Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos
IPR	Derechos de Propiedad Intelectual (Intellectual Property Rights)
MI	Ministerio del Interior
MIPYMES	Micro, Pequeñas y Medianas Empresas
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos
OIT	Organización Internacional del Trabajo
OMPI	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
PI	Propiedad Intelectual
PND	Plan Nacional de Desarrollo
POT	Plan de Ordenamiento Territorial
PROCOLOMBIA	Entidad de promoción de exportaciones, turismo e inversión en Colombia
RNT	Registro Nacional de Turismo
RUC	Registro Único de Comercializadores
RUT	Registro Único Tributario
SIC	Superintendencia de Industria y Comercio
UPRA	Unidad de Planificación Rural Agropecuaria



INTRODUCCIÓN

Las Denominaciones de Origen (DO) representan una herramienta esencial para el reconocimiento y protección de productos que, por sus características únicas, están ligados a un territorio específico. Sin embargo, su gestión eficaz requiere de un esfuerzo conjunto entre productores, comunidades locales, instituciones y otros actores clave. En este contexto, la asociatividad surge como un pilar fundamental para maximizar los beneficios de las DO, fortaleciendo la capacidad de respuesta ante los desafíos del mercado, garantizando la sostenibilidad de las actividades productivas y promoviendo una mayor visibilidad y reconocimiento de los productos protegidos.

El principal objetivo de esta **Guía de Asociatividad para la Gestión de Denominaciones de Origen** es proporcionar una herramienta práctica y estratégica que facilite a los actores involucrados la estructuración, gestión y promoción efectiva de sus DO. Esta Guía ha sido diseñada como un recurso accesible y participativo, que incorpora la identificación y documentación de casos ilustrativos reales, tanto nacionales como internacionales, y que promueve la colaboración interinstitucional para asegurar la pertinencia y aplicabilidad de las recomendaciones. A través de este enfoque colaborativo, se busca no solo fortalecer la cohesión entre los diversos actores, sino también asegurar que las Denominaciones de Origen se gestionen de manera eficiente y sostenible, beneficiando a las comunidades y consolidando su valor agregado en el mercado.

Para obtener el reconocimiento de una Denominación de Origen, es fundamental que las comunidades y productores interesados cuenten con una figura jurídica asociativa constituida formalmente. Esto les permite asumir la responsabilidad de la gestión de la DO, representando de manera legítima los intereses de los productores y garantizando el cumplimiento de los requisitos establecidos por la legislación nacional e internacional. La constitución formal de estas asociaciones asegura la transparencia en la gestión, facilita la interlocución con entidades públicas y privadas, y fortalece la capacidad de las comunidades para acceder a los beneficios asociados al uso y promoción de la DO.

CAPÍTULO 01



Implementación del proyecto asociativo

La creación de una figura asociativa es un paso obligatorio para poder solicitar a la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) la delegación de la facultad de autorizar el uso de la Denominación de Origen. Las asociaciones y otras formas asociativas permiten a los productores trabajar de manera conjunta, mejorar su capacidad organizativa, acceder a mayores recursos y proteger su producto en los mercados nacionales e internacionales. A continuación, se presenta una ruta para la constitución y formalización de una figura asociativa, los tipos de figuras disponibles y los pasos generales para su formalización.

1.1 Ruta de constitución y formalización de una figura asociativa

El proceso para constituir y formalizar una figura asociativa que gestione una DO implica una serie de pasos que garantizan la creación de una estructura legal sólida y eficiente. Este proceso se puede resumir en las siguientes etapas:

1 Identificación de necesidades y definición de objetivos:

Las comunidades o productores deben reunirse para discutir sus necesidades comunes y los objetivos que desean alcanzar con la creación de la figura asociativa. Este paso es clave para asegurar que la organización refleje los intereses de todos los miembros y sea viable.



2 Consulta sobre tipos de figuras asociativas y marco legal:

Es importante evaluar las diferentes opciones de figuras asociativas disponibles en Colombia y determinar cuál es la más adecuada según las características de la DO y los productores involucrados. Esto también incluye revisar el marco legal aplicable a cada tipo de figura.



3 Redacción de estatutos y reglamentos internos:

Una vez elegida la figura asociativa, se debe proceder a la redacción de los estatutos, que definirán el nombre de la organización, sus objetivos, estructura organizativa, derechos y deberes de los miembros, y el procedimiento de toma de decisiones. Los estatutos son esenciales para el funcionamiento y gobernanza de la organización.



4 Constitución formal:

La figura asociativa debe ser registrada formalmente ante la Cámara de Comercio o una notaría, dependiendo del tipo de organización. Esto le otorga personalidad jurídica, lo que permite a la asociación actuar legalmente, firmar contratos y gestionar la DO.



5 Inscripción ante entidades gubernamentales:

Algunas figuras asociativas pueden requerir inscripción en otras entidades gubernamentales, como la Superintendencia de Economía Solidaria o el Ministerio de Trabajo, según su naturaleza.



6 Inicio de operaciones y formalización de acuerdos:

Con la constitución legal finalizada, la organización puede comenzar a operar, firmar acuerdos y gestionar el proceso de DO. Es importante que, desde el inicio, se establezcan mecanismos claros de toma de decisiones y resolución de conflictos.



1.2 Tipos de figuras asociativas, marco legal y figuras más convenientes para los procesos de DO

En Colombia, existen varias opciones para constituir una figura asociativa, cada una con sus propias ventajas y limitaciones. A continuación, se describen algunos de los tipos de figuras más comunes, su marco legal y cuáles pueden ser más convenientes para la gestión de una DO:

Cooperativas

Son organizaciones formadas por un grupo de personas que se asocian voluntariamente para satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales a través de una empresa de propiedad conjunta y gestión democrática.

Marco legal. Ley 79 de 1988 y Ley 454 de 1998

Ventajas.

- **Gestión democrática:** Cada miembro tiene voz y voto, lo que permite una toma de decisiones inclusiva y equitativa.
- **Participación activa de los asociados:** Los productores tienen un papel activo en la gestión, lo que fortalece el compromiso.
- **Acceso a beneficios fiscales:** Las cooperativas pueden acceder a beneficios fiscales que les permiten una mayor eficiencia en la utilización de los recursos.
- **Ideal para grupos grandes:** Fomenta la cooperación entre un número amplio de productores, creando una estructura sólida y de apoyo mutuo.

Desventajas

- **Complejidad administrativa:** La gestión de una cooperativa puede ser más compleja debido a la necesidad de procesos democráticos y la participación de muchos miembros.
- **Decisiones colectivas lentas:** El modelo de toma de decisiones puede ser más lento debido a la necesidad de consenso entre muchos miembros.
- **Requiere un número mínimo de asociados:** Para establecer una cooperativa se requiere de al menos 20 miembros, lo que puede ser un desafío en comunidades pequeñas o dispersas.

Recomendación para DO. Adecuada para proyectos donde se busca una gestión participativa y democrática, con enfoque en la solidaridad entre los productores y la creación de una empresa colectiva. Es conveniente para proyectos que necesitan apoyo mutuo y acceso a financiamiento colectivo.

Asociaciones de productores

Organizaciones sin ánimo de lucro que agrupan a productores de un sector específico con el fin de representar sus intereses y promover actividades conjuntas.

Marco legal. Código Civil Colombiano

Ventajas.

- **Representación de intereses del grupo:** Las asociaciones se enfocan en defender y promover los intereses comunes de los productores, actuando como una voz ante las autoridades y otros actores del mercado.
- **Flexibilidad organizativa:** La estructura de la asociación es flexible, lo que permite adaptarse a cambios y necesidades específicas de los miembros.
- **Enfoque en la colaboración:** Fomenta una cooperación estrecha entre los miembros, lo que mejora la eficiencia en la producción y comercialización.

Desventajas

- **Acceso limitado a financiamiento:** Al ser una figura sin ánimo de lucro, las asociaciones tienen menos acceso a recursos financieros externos, lo que puede limitar su capacidad de expansión o inversión en nuevas tecnologías.
- **Estructura menos formal:** La estructura organizativa puede no ser tan sólida como en otras figuras jurídicas, lo que puede llevar a problemas de gestión y coordinación, especialmente en grandes grupos.
- **Dependencia de aportes voluntarios:** La financiación se basa en contribuciones de los miembros, lo que puede no ser suficiente para proyectos de gran escala.

Recomendación para DO. Ideal para DO que buscan fomentar la cooperación y proteger la identidad cultural del producto, especialmente en proyectos donde la colaboración estrecha entre pequeños productores es fundamental.

Fundaciones

Entidades sin ánimo de lucro que tienen como objetivo promover fines de interés general, como la educación, la cultura o la protección del patrimonio.

Marco legal. Código Civil Colombiano

Ventajas.

- **Focalización en objetivos altruistas:** Las fundaciones se enfocan completamente en cumplir fines de interés social, lo que permite una gestión más centrada en la misión y no en el lucro.
- **Posibilidad de captar fondos:** Al ser entidades sin ánimo de lucro, las fundaciones pueden acceder a donaciones y fondos públicos o privados, lo que les proporciona recursos para implementar proyectos a largo plazo.
- **Flexibilidad en la gestión:** Al no depender de los ingresos comerciales, las fundaciones pueden tener una gestión más flexible y centrada en la preservación y promoción de los valores culturales y patrimoniales asociados a la DO.

Desventajas

- **Limitaciones en beneficios financieros:** Al no estar orientadas a la obtención de ganancias, las fundaciones enfrentan dificultades para generar ingresos propios de forma sostenida.
- **Dependencia de recursos externos:** Su funcionamiento depende en gran medida de donaciones, subvenciones y recursos públicos, lo que puede generar incertidumbre en cuanto a la disponibilidad de recursos.
- **Desconexión con la parte comercial:** Al centrarse en los fines altruistas, pueden carecer de la capacidad para gestionar proyectos comerciales de forma eficiente.

Recomendación para DO. Adecuada cuando el objetivo principal es proteger y promover el patrimonio cultural asociado al producto, priorizando la conservación y sostenibilidad por encima de la comercialización masiva. Es adecuada para proyectos a largo plazo donde la preservación cultural es primordial.

Federación

Una federación es una organización de segundo grado formada por la asociación de varias entidades, como cooperativas, asociaciones o grupos, que buscan unirse para alcanzar objetivos comunes, como la defensa de intereses o el acceso a mercados más amplios.

Marco legal. Ley 454 de 1998 y normas asociativas de segundo grado establecidas en el Código de Comercio Colombiano.

Ventajas.

- **Mayor capacidad de representación:** Permite consolidar la voz de diferentes grupos asociados para lograr incidencia ante organismos públicos o privados.
- **Acceso a recursos colectivos:** Posibilita una mejor negociación para recursos financieros, técnicos o comerciales.
- **Fortalecimiento de la cadena productiva:** Ayuda a coordinar esfuerzos entre las entidades miembros, creando un impacto más significativo en la región o sector.
- **Promueve la especialización:** Cada entidad puede enfocarse en sus fortalezas mientras la federación asume tareas conjuntas.

Ventajas.

- **Mayor costo administrativo:** La gestión de una federación puede ser costosa debido a la necesidad de coordinar y representar a múltiples organizaciones.
- **Conflictos de intereses:** Puede haber dificultades para conciliar las necesidades o prioridades de los diferentes miembros.
- **Dependencia de las entidades base:** El éxito de la federación depende de la solidez y participación activa de sus organizaciones afiliadas.

Recomendación para DO. Es ideal para DO consolidadas que buscan fortalecer su representación a nivel nacional o internacional, negociar en bloque, o acceder a recursos y mercados más grandes. Se recomienda cuando existe un interés común entre las organizaciones base y capacidad de trabajar colectivamente para objetivos de largo plazo.



1.3 Pasos generales para la formalización de una figura asociativa



1.4 Identificación de actores directos e indirectos del proyecto asociativo

La implementación de un proyecto asociativo para la gestión de una Denominación de Origen requiere la identificación clara de los actores que estarán directamente involucrados, así como de aquellos que, aunque no formen parte de la asociación de manera formal, pueden jugar un papel clave en su éxito. Diferenciar entre actores directos e indirectos permitirá establecer roles claros, fomentar la colaboración y maximizar los recursos disponibles para la gestión efectiva de la DO.

Actores directos

Los actores directos son aquellos que participan activamente en la producción, gestión y promoción del producto protegido por la DO, y que estarán integrados formalmente en la estructura del proyecto asociativo. Algunos de estos actores incluyen:

Productores de productos con DO

Descripción

Los productores son el corazón del proyecto asociativo. Son las personas o empresas que cultivan, fabrican o transforman los productos amparados por la DO. Aportan experiencia y conocimiento técnico sobre los procesos productivos únicos.

Rol en el proyecto asociativo

Participan activamente en decisiones de gestión de la DO, aseguran el cumplimiento de los estándares de calidad y mantienen la tradición o técnica de producción asociada, siendo responsables de preservar la autenticidad del producto.

Transformadores

Descripción

En algunos casos, los productos de una DO requieren un proceso de transformación antes de llegar al consumidor final (ej., productos agrícolas que se procesan para su conservación o presentación).

Rol en el proyecto asociativo

Garantizan que las fases de transformación cumplan con los requisitos de la DO, manteniendo la calidad y autenticidad del producto en cada etapa del proceso, y asegurando que el producto final preserve sus características distintivas.

Comités administradores de la DO

Descripción

Los Comités Administradores de la DO son órganos creados para la gestión y administración integral de la Denominación de Origen, conforme a la normativa vigente. Estos comités tienen la responsabilidad de implementar y supervisar el cumplimiento de las normas establecidas para el uso y protección de la DO. Además, gestionan el registro y la renovación de la DO ante las autoridades competentes, monitorean la correcta aplicación de los estándares de calidad, y protegen la denominación contra infracciones y usos no autorizados. Su rol incluye la definición de políticas de promoción, la articulación con otros actores del sector y la elaboración de estrategias de control y vigilancia para garantizar la autenticidad del producto. Los Comités también deben reportar regularmente a la Asamblea General y a las autoridades regulatorias, asegurando así una administración transparente y conforme a los intereses de los productores y la comunidad.

Rol en el proyecto asociativo

Coordinan la implementación de estrategias de promoción y comercialización, garantizan el cumplimiento de normativas, y apoyan a los productores en su participación en mercados, siendo responsables de la sostenibilidad y proyección de la DO.

Asociaciones de productores

Descripción

Grupos formalizados que agrupan a los productores y trabajan en conjunto para la promoción y protección de la DO.

Rol en el proyecto asociativo

Facilitan la cooperación entre productores, gestionan recursos colectivos y defienden los intereses del grupo ante instancias legales o gubernamentales, fortaleciendo la unidad y defensa de la identidad del producto y su calidad.



La siguiente lista ayuda a asegurar que se identifiquen los actores clave que deben participar directamente en la gestión y desarrollo de una DO. Asegurarse de que cada categoría esté completa facilitará una estructura de gobernanza sólida y una operación eficiente:

Lista de verificación actores directos en una DO:

Productores

- ☐ ¿Existen productores específicos que cumplan con los estándares de calidad y tradición de la DO?
- ☐ ¿Están los productores organizados en una asociación o grupo formal?
- ☐ ¿Han mostrado los productores interés y compromiso para participar activamente en la gestión de la DO?
- ☐ ¿Existen copias o usurpaciones del nombre del producto en el mercado, y por esto hay una motivación por parte de los productores de proteger su tradición, renombre y reputación con una DO?

Asociaciones de productores

- ☐ ¿Están los productores agrupados en una asociación que represente sus intereses colectivos?
- ☐ ¿La asociación tiene experiencia en la promoción y protección de productos con DO?
- ☐ ¿Colabora la asociación en la toma de decisiones y el cumplimiento de los objetivos de la DO?

Comercializadores y distribuidores

- ☐ ¿Existe un acuerdo formal con comercializadores y distribuidores para la venta del producto de la DO?
- ☐ ¿Los comercializadores y distribuidores entienden y apoyan los estándares de calidad de la DO?
- ☐ ¿El producto reconocido por la DO tiene canales de distribución locales y/o internacionales?

Transformadores

- ☐ ¿El proceso de transformación es esencial para el producto protegido por la DO?
- ☐ ¿Existen transformadores que cumplan con los requisitos de calidad de la DO?
- ☐ ¿Están los transformadores integrados en la estructura organizativa de la DO?

Comité administrador de la DO (CADO)

- ☐ ¿Existe un comité que gestione las decisiones administrativas de la DO?
- ☐ ¿El comité cuenta con representantes de todos los eslabones relevantes de la cadena productiva?
- ☐ ¿El CADO tiene un rol activo en la supervisión y cumplimiento de los estándares de la DO?

Instituciones gubernamentales

- ☐ ¿Se cuenta con el apoyo de entidades como el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Ministerio de Agricultura, Artesanías de Colombia?
- ☐ ¿Conocen programas de financiación y promoción que benefician a la DO?
- ☐ ¿Saben si las entidades proporcionan asesoría legal y técnica para la DO?
- ☐ ¿Conocen programas de apoyo a las DO (por ejemplo convocatorias) por parte de actores públicos del orden local (Alcaldías, Gobernaciones)?

Actores indirectos

Los actores indirectos son aquellos que, aunque no participan directamente en la producción del bien protegido por la DO, pueden contribuir de manera significativa al éxito del proyecto asociativo a través de su apoyo, asesoría, financiamiento o colaboración en otras áreas.

Entidades gubernamentales

Descripción

Entidades como el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), Ministerio de Agricultura o Artesanías de Colombia y otras autoridades locales o nacionales.

Rol en el proyecto asociativo

Proporcionan asesoría legal, apoyo técnico y acceso a programas de financiación y promoción. Supervisan la correcta implementación de las normativas que rigen las DO, ayudando a proteger y potenciar el impacto del proyecto en el mercado.

Instituciones académicas y de investigación

Descripción

Universidades, centros de investigación y organizaciones dedicadas al estudio y preservación de los productos protegidos por DO.

Rol en el proyecto asociativo

Colaboran en la investigación de técnicas de producción, innovación de procesos y estudios de mercado. Contribuyen al desarrollo de capacidades a través de programas de formación y asistencia técnica para los productores, fortaleciendo sus competencias.

Organismos internacionales

Descripción

Entidades como la Comunidad Andina de Naciones (CAN), la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) o la FAO..

Rol en el proyecto asociativo

Facilitan el acceso a programas de cooperación internacional, brindan asesoría sobre mejores prácticas en la gestión de DO y apoyan en la promoción de los productos en mercados internacionales, promoviendo su reconocimiento global.

Comercializadores y distribuidores

Descripción

Empresas o entidades dedicadas a la distribución y comercialización de productos, que ofrecen canales para llevar los productos de la DO al mercado.

Rol en el proyecto asociativo

Ayudan a posicionar los productos protegidos por la DO en los mercados locales e internacionales, y son un enlace crucial entre los productores y los consumidores finales, garantizando que el producto llegue a su destino y maximice su alcance comercial.

Organizaciones de turismo y cultura

Descripción

Entidades locales o regionales que promueven el turismo y la cultura del territorio de origen del producto.

Rol en el proyecto asociativo

Son aliados clave en la promoción de los productos con DO al integrarlos en estrategias de turismo cultural o gastronómico, reforzando el reconocimiento del producto y del territorio, y fortaleciendo la identidad cultural y el atractivo turístico.

En la estructura de gestión de una DO, los actores se organizan según el grado de relevancia de su rol en el desarrollo, protección y promoción del producto. **Los actores relevantes con un rol activo** son aquellos que participan directamente en la operatividad de la DO. En paralelo, los actores **relevantes directos que se deben mantener informados** incluyen entidades académicas, de investigación y organismos internacionales. Y finalmente, los **actores indirectos** pueden desempeñar un rol complementario al considerar el impacto de la DO en la comunidad, aunque su participación en la gestión directa suele estar menos enfocada en las decisiones operativas. Este orden de actores asegura una coordinación eficaz, enfocando los esfuerzos en quienes juegan un papel decisivo en el desarrollo de la DO.



Categoría	Actores	Rol
Actores relevantes con un rol activo, administración local (Alcaldías, Gobernaciones)	Productores	Aportan conocimiento técnico, cumplen con estándares de calidad y preservan la técnica de producción tradicional.
	Transformadores	Aseguran que la transformación cumpla con los requisitos de la DO, manteniendo autenticidad y calidad.
	Comités Administradores de la DO (CADO)	Gestionan la DO, implementan estrategias de promoción y supervisan el uso adecuado de la denominación.
	Asociaciones de productores	Facilitan cooperación, gestionan recursos y representan a los productores en la toma de decisiones y ante instancias legales.
	Comercializadores y distribuciones	Posicionan productos en el mercado y actúan como enlace entre productores y consumidores.
	Instituciones gubernamentales (Ministerio de Comercio, SIC, otras autoridades nacionales)	Proveen asesoría legal, financiamiento, y supervisan el cumplimiento normativo.
Actores relevantes para mantener informados	Organizaciones de turismo y cultura	Promueven los productos con DO en estrategias de turismo cultural y gastronómico, fortaleciendo el reconocimiento.
	Instituciones académicas y de Investigación (SENA, CorpolCA, Universidades, etc.)	Ofrecen apoyo en investigación, innovación, estudios de mercado y capacitación.
	Organismos Internacionales (CAN, OMPI, FAO)	Brindan asesoría sobre mejores prácticas y acceso a programas de cooperación internacional.
Actores indirectos	Clubes sociales	Interés mínimo en productos DO y su rol en la operatividad de la DO es limitado.
	Sindicatos	Podrían representar a ciertos trabajadores, pero su influencia en la operación de la DO es baja.
	Juntas de acción comunal	Pueden tener interés en el desarrollo comunitario local, pero su rol en la DO es indirecto y no crítico.
	Corporaciones locales de servicios generales	Aunque pueden tener alguna relación con la DO, su influencia en el desarrollo y gestión del producto es mínima.

1.5 Potenciales miembros del proyecto asociativo y otros posibles aliados no asociados

Al iniciar un proyecto asociativo para gestionar una DO, es importante tener en cuenta tanto a los miembros potenciales que formarán parte formal de la organización, como a los aliados que, sin estar asociados directamente, pueden aportar recursos, conocimientos y oportunidades de colaboración.

Potenciales miembros del proyecto asociativo

- ✓ **Pequeños y medianos productores:** Son los principales beneficiarios de la DO y deben ser la base de cualquier figura asociativa. Su participación activa asegura que el proyecto asociativo esté alineado con sus intereses y necesidades.
- ✓ **Grupos de transformadores o procesadores:** Si el producto protegido por la DO requiere algún tipo de transformación, es importante integrar a los procesadores dentro de la organización para garantizar la calidad del producto final.
- ✓ **Empresas:** Empresas locales interesadas en la promoción y comercialización de los productos pueden ser miembros clave para asegurar la sostenibilidad financiera del proyecto.
- ✓ **Entidades sin ánimo de lucro:** En muchos casos, ya existen asociaciones formadas antes de obtener la DO, que pueden formalizar su rol en el proyecto asociativo para fortalecer la cooperación.

Posibles aliados no asociados

Cuando hablamos de posibles aliados no asociados, debemos tener en cuenta la figura de **miembros honorarios** en la estructura estatutaria de una asociación representa una categoría especial de membresía, la cual puede ser otorgada opcionalmente a personas o entidades que, sin ser parte activa de la asociación como asociados, han demostrado un compromiso significativo o han aportado valor al proyecto o a la DO. Esta designación se realiza por decisión de la asamblea general, el órgano que representa a todos los miembros de la asociación.

En este sentido, **los miembros honorarios pueden incluir a instituciones como entidades gubernamentales, universidades, centros de investigación, organismos internacionales, o cualquier otra organización que haya demostrado interés o contribución al desarrollo y fortalecimiento de la DO.** Al otorgar este título, la asociación reconoce y formaliza su relación con estos aliados externos, permitiéndoles formar parte de la asociación de manera

simbólica y honorífica, sin las obligaciones o derechos de los miembros activos, como el voto en decisiones operativas o la contribución económica.

Esta categoría de miembros honorarios **abre un espacio para que aliados estratégicos, aunque no sean formalmente asociados**, se sientan parte del proyecto y contribuyan a los objetivos de la DO desde sus respectivas competencias. A través de esta figura, la asociación fortalece sus redes de apoyo, amplía su alcance de colaboración, y fomenta relaciones de beneficio mutuo, al tiempo que mantiene un núcleo operativo exclusivo para los asociados activos que manejan directamente las operaciones y decisiones internas.

Este modelo permite además que la asociación cuente con una red de aliados de apoyo que respalden sus actividades y estrategias, lo cual **puede ser especialmente útil en áreas como investigación, asesoría técnica, promoción, comercialización, y acceso a financiamiento y programas de cooperación.**

Otros ejemplos de aliados no asociados:

- ✓ **Cámaras de comercio:** Ofrecen apoyo en la formalización, desarrollo empresarial y acceso a programas de promoción y financiación.
- ✓ **Organizaciones no gubernamentales (ONGs):** Especialmente aquellas que trabajan en temas de desarrollo rural, sostenibilidad o derechos de propiedad intelectual, pueden brindar apoyo técnico y asesoría en la implementación del proyecto asociativo.
- ✓ **Agencias de cooperación internacional:** Pueden financiar proyectos que promuevan el desarrollo de productos con DO o proporcionar recursos para la promoción internacional del producto.
- ✓ **Empresas de comercialización y exportación:** Aunque no necesariamente formarán parte de la estructura asociativa, son aliados estratégicos para posicionar los productos en mercados externos.

La identificación y participación activa de estos actores, tanto directos como indirectos, es fundamental para el éxito del proyecto asociativo. Una red de colaboración bien estructurada permite aprovechar mejor los recursos disponibles, asegurando el crecimiento sostenible de la DO y el beneficio de todos los involucrados.

1.6 Identificación de la figura jurídica adecuada para un proceso de Denominación de Origen

La elección de la figura jurídica adecuada es uno de los pasos más importantes para implementar un proyecto asociativo orientado a la gestión de una DO. Cada tipo de organización tiene ventajas y desventajas, dependiendo de factores como el tamaño del grupo, el objetivo del proyecto asociativo y el nivel de formalización que se requiere. En este apartado, se presentan las diferentes figuras jurídicas disponibles y se ofrece una lista de verificación que permitirá a las comunidades definir la opción más adecuada para su proyecto asociativo de DO.

1.6.1. Lista de verificación para definir la figura jurídica adecuada

La siguiente lista de verificación permitirá a las comunidades identificar qué figura asociativa es más adecuada para su proyecto asociativo de DO, considerando diversos criterios clave:

Instrucciones para el uso de la lista de verificación:

- ✓ **Revisión de criterios:** Lea cuidadosamente cada uno de los criterios listados en la tabla. Evalúe qué tan relevantes son para las necesidades y objetivos de su proyecto asociativo relacionado con la Denominación de Origen (DO).
- ✓ **Clasificación de prioridades:** Marque la columna que corresponda según el nivel de prioridad que tenga cada criterio para su proyecto: alta prioridad, mediana prioridad o baja prioridad.
- ✓ **Identificación de figuras asociativas recomendadas:** Observe las recomendaciones de figuras asociativas sugeridas para los criterios marcados como "alta prioridad". Estas figuras se encuentran en la última columna de la tabla.
- ✓ **Selección de la figura más adecuada:** Determine la figura asociativa que mejor se ajuste a su proyecto observando cuál se repite con mayor frecuencia en las recomendaciones asociadas a los criterios marcados como "alta prioridad".
- ✓ **Análisis final:** Una vez identificada la figura más adecuada, evalúe si esta responde a las características específicas y objetivos de su Denominación de Origen.

Criterio	Prioridad			Recomendación de figura
	Alta	Media	Baja	
Participación democrática (un voto por miembro)	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	Cooperativa, Asociación gremial
Flexibilidad en la toma de decisiones	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	Cooperativa, Fundación
Acceso a financiamiento externo	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	Grupo empresarial
Enfoque en la cooperación y apoyo mutuo	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	Cooperativa, Asociación gremial
Protección del patrimonio cultural o tradicional	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	Fundación, Asociación gremial
Facilidad de constitución y gestión	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	Cooperativa
Posibilidad de obtener beneficios fiscales	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	Cooperativa, Fundación
Estructura comercial y enfoque en el mercado	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	Grupo empresarial
Acceso a donaciones y fondos sin ánimo de lucro	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	Fundación
Escalabilidad y crecimiento empresarial	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	Grupo empresarial
Propósito y objetivos claros	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	Cooperativa, Fundación, Asociación
Modelo de gobernanza adecuado	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	Cooperativa, Fundación, Asociación
Beneficios fiscales y régimen tributario	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	Cooperativa, Fundación
Responsabilidad legal de los miembros	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	Cooperativa, Asociación gremial
Estructura de trabajo y actividades permitidas	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	Cooperativa, Fundación, Asociación
Público beneficiario y comunidad de impacto	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	Cooperativa, Fundación
Mecanismos de vigilancia y control	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	<div><div></div></div>	Cooperativa, Fundación, Asociación

La elección de la figura jurídica adecuada para gestionar una DO no solo depende del tipo de producto y los intereses de los productores, sino también de las necesidades comerciales, culturales y operativas del proyecto asociativo. Esta herramienta de verificación permite a las comunidades analizar sus prioridades estratégicas y tomar una decisión informada que garantice la sostenibilidad y éxito del proyecto asociativo.

1.7 Identificación y construcción del objeto social de la figura asociativa

El objeto social es donde se define la razón de ser de la organización y los propósitos específicos para los cuales es creada. En el caso de las DO, el objeto social debe reflejar de manera clara y concisa la misión de proteger, promover y gestionar el producto amparado por la DO, así como fortalecer a la comunidad productora. La correcta definición del objeto social garantiza que todas las actividades realizadas por la figura asociativa estén alineadas con los objetivos del proyecto asociativo y sean reconocidas legalmente.

1.7.1. Componentes clave del objeto social

El objeto social debe ser lo suficientemente amplio como para permitir la flexibilidad en las actividades que se puedan realizar, pero también específico para evitar malentendidos o ambigüedades sobre las funciones de la asociación. A continuación, se presentan los principales componentes que deben considerarse al formular el objeto social de una figura asociativa para la gestión de una DO:

Función clave

Protección de la Denominación de Origen.

La función principal del objeto social debe ser la protección del uso adecuado de la DO, garantizando que solo los productores que cumplan con los estándares de calidad y procesos productivos establecidos puedan utilizar la denominación. Esto ayuda a prevenir el uso indebido o fraudulento de la DO.

Ejemplo de objeto social.

"Proteger y salvaguardar la Denominación de Origen X, asegurando que los productos que la utilizan tengan la autorización de uso."

Función clave

Promoción del producto con DO

Incluye la promoción del producto amparado por la DO, tanto a nivel nacional como internacional. Esto se logra mediante estrategias de mercadeo, participación en ferias y eventos, y la creación de acuerdos comerciales para ampliar su presencia en el mercado.

Ejemplo de objeto social.

"Promover los productos amparados por la Denominación de Origen X en mercados locales, nacionales e internacionales, a través de actividades de mercadeo, participación en eventos y la creación de alianzas comerciales."

Función clave

Fomento de la identidad cultural y territorial

Debe proteger la identidad cultural y las tradiciones ligadas al producto, promoviendo el valor del patrimonio cultural y el vínculo con el territorio, además de la preservación de prácticas tradicionales.

Ejemplo de objeto social.

"Fomentar la preservación de las técnicas tradicionales y la identidad cultural asociada a la Denominación de Origen X, promoviendo el vínculo entre el producto, el territorio y la comunidad productora."

Función clave

Apoyo a la Innovación y desarrollo tecnológico

Incluye el desarrollo y la modernización de los procesos productivos, respetando las características tradicionales del producto, para mejorar la productividad y la sostenibilidad a largo plazo.

Ejemplo de objeto social.

"Apoyar la innovación y el desarrollo tecnológico en los procesos productivos relacionados con la Denominación de Origen X, siempre que estos respeten las características tradicionales del producto."

Función clave

Desarrollo sostenible y responsable

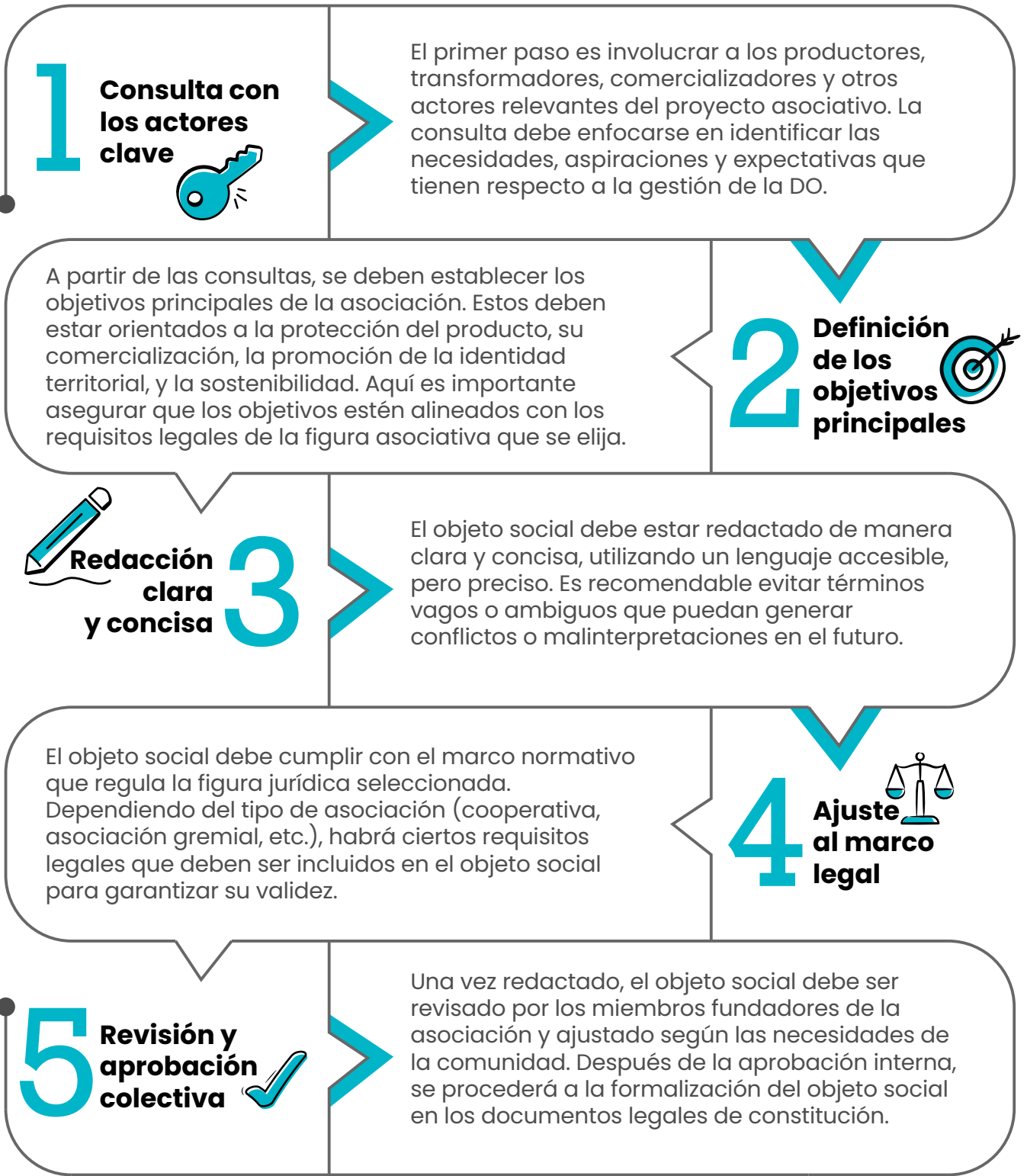
Compromiso con la sostenibilidad y responsabilidad ambiental, promoviendo prácticas de producción que contribuyan al desarrollo económico y social de la comunidad productora y preserven los recursos naturales.

Ejemplo de objeto social.

"Promover prácticas productivas sostenibles y responsables con el medio ambiente, que contribuyan al desarrollo económico y social de la comunidad productora y preserven los recursos naturales asociados a la Denominación de Origen X."

1.7.2. Pasos para la construcción del objeto social

Para asegurar que el objeto social de la figura asociativa esté alineado con los intereses de los productores y los requisitos de la Denominación de Origen, se deben seguir los siguientes pasos:



1.7.3. Lista de verificación para la redacción del objeto social

Para facilitar la construcción del objeto social, se propone la siguiente lista de verificación:

Criterio	Cumplido	
	SI	NO
¿El objeto social refleja la protección del producto amparado por la DO?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Incorpora estrategias de promoción y comercialización del producto con DO?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Fomenta la preservación de las tradiciones culturales y territoriales?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Incluye el apoyo a la innovación y el desarrollo tecnológico responsable?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Promueve el desarrollo sostenible y las prácticas ambientalmente responsables?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Está alineado con el marco legal de la figura jurídica seleccionada?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Ha sido revisado y aprobado por todos los miembros del proyecto asociativo?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

El objeto social no es simplemente un requisito formal, sino la base estratégica sobre la cual se construirá todo el funcionamiento de la figura asociativa. Un objeto social bien formulado, que refleje los intereses colectivos y respete el marco legal, asegurará que la organización esté orientada hacia el cumplimiento de sus metas a largo plazo, promoviendo la sostenibilidad del proyecto de Denominación de Origen.



1.8 Principales instancias de gobernabilidad

La gobernabilidad de una figura asociativa es fundamental para asegurar la transparencia, la participación equitativa y la sostenibilidad a largo plazo del proyecto asociativo, especialmente en el contexto de una Denominación de Origen. Establecer instancias claras de gobernabilidad permite distribuir las responsabilidades, garantizar la toma de decisiones colectivas y asegurar el cumplimiento de los objetivos establecidos. Este apartado describe las instancias de gobernabilidad que suelen estructurarse en una figura asociativa y cómo el Comité de Administración de la Denominación de Origen (CADO) se ubica dentro de esa estructura.

1.8.1. Principales instancias de gobernabilidad

Las instancias de gobernabilidad son los órganos encargados de la dirección, control y gestión de la figura asociativa. En una organización orientada a la gestión de una DO, estas instancias deben asegurar la participación de todos los actores clave, y que las decisiones estratégicas se tomen de manera democrática y equitativa.

En la siguiente tabla se presentan cuatro instancias principales de gobernabilidad que pueden estar presentes en las figuras asociativas relacionadas con una Denominación de Origen (DO): **Asamblea General de Asociados, Junta Directiva o Consejo de Administración, y Comités Técnicos o Especializados. A continuación, se explica su aplicabilidad y obligatoriedad:**

1. Asamblea general de asociados

- **Obligatoria:** **Sí**, esta instancia es obligatoria en cualquier figura asociativa, ya que es el máximo órgano de toma de decisiones y la base para garantizar la participación democrática de los miembros.
- **Aplica para:** Todas las figuras asociativas (cooperativas, asociaciones, fundaciones, etc.).

2. Junta directiva

- **Obligatoria:** **Generalmente sí**, en organizaciones sin ánimo de lucro y en cooperativas, aunque puede variar según el marco legal y los estatutos de cada figura.
- **Aplica para:** Asociaciones, cooperativas y fundaciones.

3. Consejo de administración

- **Obligatoria:** **No siempre**. Es típico en entidades con fines de lucro, como grupos empresariales o sociedades comerciales, pero no es común en cooperativas o asociaciones sin ánimo de lucro.
- **Aplica para:** Entidades con fines de lucro, como sociedades empresariales, y puede ser relevante si la DO llegara a operar bajo este tipo de figura.

4. Comités técnicos o especializados

- **Obligatoria:** **No**. Estos comités son opcionales y se crean según las necesidades específicas del proyecto asociativo para apoyar áreas técnicas o estratégicas.
- **Aplica para:** Todas las figuras asociativas, dependiendo de los objetivos y complejidades del proyecto.

Instancia	Asamblea general de asociados	Junta directiva	Consejo de administración	Comités técnicos o especializados
Descripción	Es el máximo órgano de toma de decisiones en cualquier figura asociativa, compuesto por todos los miembros.	Órgano encargado de tomar decisiones estratégicas de alto nivel en organizaciones sin ánimo de lucro.	Órgano encargado de supervisar y tomar decisiones estratégicas en empresas o entidades con fines de lucro.	Comités creados para abordar áreas específicas del proyecto asociativo (producción, comercialización, etc.).
Función	Garantizar la participación democrática, supervisar el cumplimiento de los objetivos y aprobar estrategias.	Ejecutar los acuerdos de la Asamblea General, supervisar las operaciones y coordinar comités internos.	Supervisar la gestión empresarial, ejecutar acuerdos de accionistas, tomar decisiones clave sobre inversión y financiamiento.	Proporcionar asesoramiento técnico especializado, proponer soluciones y coordinar actividades del área correspondiente.
Frecuencia de reunión	Se reúne por lo menos una vez al año, y extraordinariamente cuando sea necesario.	Se reúne periódicamente (mensual o trimestral) para evaluar el progreso, revisar políticas y tomar decisiones.	Se reúne regularmente (trimestral o anual) para evaluar rendimiento, revisar estrategias y aprobar presupuestos.	Se reúne de acuerdo a las necesidades del proyecto, generalmente bajo la coordinación de la Junta Directiva.
Composición	Compuesta por todos los miembros de la organización (asociados).	Miembros elegidos por la Asamblea General, generalmente con experiencia en áreas clave.	Generalmente compuesto por accionistas o inversionistas de la empresa, con enfoque en la rentabilidad y éxito comercial.	Compuesta por expertos en áreas específicas del proyecto (producción, mercadeo, calidad, etc.).
Objetivo principal	Aprobar las decisiones más importantes, como elección de junta, modificación de estatutos, y grandes líneas estratégicas.	Supervisar la implementación de estrategias, gestionar recursos y coordinar las actividades de otros comités.	Maximizar el valor de la empresa para los accionistas y asegurar el cumplimiento de los objetivos financieros.	Asegurar el correcto desarrollo de proyectos específicos dentro del área técnica, aportando experiencia y soluciones.
Enfoque	Enfoque democrático y participativo, representando los intereses de todos los miembros.	Enfoque estratégico y de supervisión para cumplir la misión y visión de la organización.	Enfoque estratégico y financiero, centrado en la maximización del valor para los accionistas.	Enfoque técnico especializado en áreas concretas del proyecto asociativo.

1.8.2. El lugar del CADO dentro de las instancias de gobernabilidad

El Comité de Administración de la Denominación de Origen (CADO) es una instancia clave en la gestión de cualquier DO, y su papel dentro de la gobernabilidad de la figura asociativa debe estar claramente definido. El CADO es el encargado de supervisar y coordinar todas las actividades relacionadas con la gestión y protección de la DO, asegurando que se cumplan los estándares y normas establecidas para su uso.

Funciones del CADO

El CADO debe cumplir con varias funciones estratégicas dentro de la figura asociativa, tales como:



Supervisión del cumplimiento de los estándares de calidad

El CADO debe asegurarse de que todos los productores que utilicen la DO estén autorizados y cumplan con las especificaciones técnicas y los estándares de calidad establecidos. Esto incluye la supervisión de los procesos de producción y la aplicación de sanciones en caso de incumplimiento.



Coordinación con entidades externas

El CADO también tiene un papel importante en la gestión de las relaciones con organismos externos, como las entidades gubernamentales, los organismos de certificación y los mercados internacionales. Debe velar para que la DO sea reconocida y protegida a nivel nacional e internacional.



Promoción de la Denominación de Origen

El CADO debe participar en las estrategias de promoción y mercadeo de los productos amparados por la DO. Esto puede incluir la participación en ferias, la coordinación de campañas publicitarias y la elaboración de material informativo.



Resolución de conflictos

En caso de disputas entre los productores o sobre el uso de la DO, el CADO actúa como instancia mediadora, tomando decisiones basadas en los reglamentos internos (Reglamento de Uso y Manual de uso del Sello de DO) y las normativas legales.

Escanea el código QR para ver el **Manual práctico de habilidades de poder y nuevos liderazgos**.

Programa Territorios de Oportunidad USAID



Además de las anteriores, se deben tener en cuenta las siguientes que se deben incluir en los estatutos de la organización que aloja al CADO:

Según el Manual sobre Denominaciones de Origen, Marcas Colectivas y Marcas de Certificación², emitido por la SIC (2021) o el que la Superintendencia de Industria y Comercio – SIC, actualice o determine, el ente delegado para la administración de una denominación de origen determinada, en este caso, nombre de la organización que aloja al CADO tendrá las siguientes funciones:

1. Asegurar que todas las personas que cumplan con las condiciones previstas en los actos administrativos y en la ley para acceder al uso puedan hacerlo en condiciones de equidad.
2. Evaluar las solicitudes de autorización de uso presentadas por los interesados y otorgar las autorizaciones de uso a las personas que cumplan con los requisitos y condiciones exigidos.
3. Permitir al interesado la presentación de recursos cuando la solicitud de autorización de uso sea negada mediante decisión debidamente motivada.
4. Otorgar la renovación de la autorización de uso a quienes, cumpliendo con los requisitos de ley, la soliciten oportunamente.
5. Llevar el registro de usuarios autorizados, a que se refiere la Circular Única³ de la Superintendencia de Industria y Comercio, o el documento que haga sus veces, el cual deberá contener los datos mínimos establecidos, entre ellos, la identificación del autorizado, la calidad (extractor, productor, elaborador, etc.), la zona geográfica y el nombre, marca o forma de presentación del producto evaluado.
6. Dar publicidad a las solicitudes de autorización de uso y hacer públicas las listas de las personas autorizadas a través de los medios de información al público reportados a la Superintendencia de Industria y Comercio.
7. Presentar a inscripción ante la Superintendencia de Industria y Comercio, los listados de autorizados, reportando las nuevas autorizaciones de uso otorgadas y las respectivas renovaciones o caducidades.
8. Ejercer una oportuna y eficiente vigilancia de la denominación de origen para garantizar que esta no perderá su reconocimiento, evitando el uso fraudulento por parte de terceros no autorizados o que los autorizados hagan un uso inadecuado de ella.
9. Vigilar que los autorizados usen adecuadamente la denominación de origen. El uso adecuado de las denominaciones de origen protegidas implica:

² Este es un manual práctico que aborda conceptos y definiciones relacionados con las DO.

³ La Circular Única es un compendio normativo emitido por la SIC, que reúne lineamientos y disposiciones aplicables en diversas áreas de competencia de esta entidad, como protección al consumidor, propiedad industrial y registro de marcas, entre otras. Su propósito es unificar criterios y garantizar claridad en la aplicación de las normas relacionadas con las funciones de la SIC.

- a. Que la denominación sea usada para los productos que han logrado la evaluación de conformidad y que cumplan con las calidades y características que le han dado la reputación a la denominación de origen.
 - b. Que la denominación de origen no sea utilizada por el autorizado para identificar otros productos de menor calidad.
 - c. Que la denominación de origen no sea utilizada a título de marca, ni incorporada en solicitudes de registro de marca que la reproduzcan, imiten o evoquen.
 - d. Que los autorizados hagan uso de la expresión protegida como denominación de origen y del término "Denominación de Origen", así como del Sello de Denominación de Origen Protegida.
 - e. Que el uso del Sello de Denominación de Origen Protegida se realice en cumplimiento de lo establecido en su Manual de Uso y en las disposiciones de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio, o del documento que haga sus veces.
10. Adelantar las acciones legales contra quienes usen la denominación de origen, sin la previa autorización de uso (ej. uso en etiquetado, uso en redes sociales, etc.) o contra quienes pretendan incluir la DO en solicitudes de registro de marca (vigilancia de la Gaceta de la Propiedad Industrial y la presentación de oposiciones correspondientes).
 11. Promover la consecución de recursos financieros para la debida gestión, financiación y sostenibilidad, para la Administración de la Denominación de Origen.
 12. Promover el conocimiento de la denominación de origen entre los consumidores a través de actividades de difusión y publicidad.
 13. Presentar ante la Superintendencia de Industria y Comercio, en las fechas previstas para ello, el Informe de Gestión Anual junto con el listado de autorizados. Este informe debe contener como mínimo información sobre:
 - a. Las solicitudes de autorización (presentadas, atendidas, negadas)
 - b. Las acciones legales instauradas por usos indebidos.
 - c. El informe de estado de protección en otros países.
 - d. Las actividades de difusión y publicidad de la denominación de origen.

Relación del CADO con otras instancias de gobernabilidad

El CADO debe integrarse de manera fluida con las otras instancias de gobernabilidad, de la siguiente manera:

- ✓ **Con la asamblea general:** Se aconseja que el CADO muestre su gestión de manera periódica a la asamblea general, presentando las acciones que se han llevado a cabo con el uso del sello de la DO, los estándares de calidad y las acciones de promoción.
- ✓ **Con la junta directiva o consejo de administración:** El CADO trabaja en estrecha colaboración con la junta directiva, proporcionando información técnica y administrativa sobre la gestión que realiza con el uso del sello de DO y demás estrategias implementadas para el cumplimiento de sus objetivos principales.
- ✓ **Con los comités técnicos:** El CADO puede coordinar con otros comités especializados, como el comité de calidad o el comité de comercialización, para asegurar que las estrategias y decisiones sean coherentes con los objetivos generales de la DO.

1.8.3. Pasos para la construcción de las instancias de gobernabilidad

El diseño de las instancias de gobernabilidad debe seguir un proceso claro y participativo, asegurando que todos los actores relevantes sean representados y que los roles y responsabilidades estén bien definidos.

Diagnóstico de las necesidades y expectativas

Se debe realizar un diagnóstico inicial para identificar las necesidades y expectativas de los miembros del proyecto asociativo. Este diagnóstico permitirá definir qué tipo de instancias de gobernabilidad son más adecuadas para el proyecto asociativo.

Definición de los roles y responsabilidades

Cada instancia de gobernabilidad debe tener roles y responsabilidades bien definidos. Esto incluye establecer las funciones de la asamblea general, la junta directiva, el CADO y cualquier otro comité técnico que se considere necesario.

Creación de reglamentos internos

Se deben redactar reglamentos que formalicen las instancias de gobernabilidad y sus respectivas funciones. Estos reglamentos serán fundamentales para evitar conflictos y garantizar la transparencia en la toma de decisiones.

Elección de los miembros de las instancias de gobernabilidad

Los miembros de las diferentes instancias deben ser elegidos de manera democrática, en base a criterios de experiencia, representatividad y compromiso con los objetivos de la DO; para el caso de los integrantes del CADO, deben ser artesanos que cuenten con el conocimiento y la experiencia necesaria en la elaboración del producto, además de esto debe tener claro el proceso que se lleva con la DO, el reglamento de uso y contexto sobre el proceso que se desarrolla.

Revisión y ajuste de las instancias de gobernabilidad

A medida que la figura asociativa evoluciona, las instancias de gobernabilidad pueden necesitar ajustes. Se recomienda revisar periódicamente la estructura de gobernabilidad para asegurar que sigue siendo eficaz y representativa.

1.9 Construcción de documentación del proyecto asociativo

La correcta documentación del proyecto asociativo es esencial para asegurar la formalización, legalidad y organización eficiente de la figura asociativa. Una adecuada gestión documental no solo facilita la operación diaria, sino que también es un requisito indispensable para obtener reconocimiento legal y cumplir con los deberes administrativos, fiscales y contables. En este apartado se describen los documentos básicos que debe generar y gestionar una figura asociativa y se presentan guías proforma para cada uno de ellos.

1.9.1. Importancia de la documentación

El proceso de constitución y gestión de una figura asociativa vinculada a una DO requiere la elaboración y formalización de varios documentos clave que establecen las normas internas de la organización, la representación legal, los acuerdos entre los asociados y las directrices operativas.

Esta documentación es fundamental para:

- ✓ Garantizar la claridad en la gobernabilidad y la estructura de la asociación.
- ✓ Cumplir con los requisitos legales de constitución y operación.
- ✓ Formalizar las relaciones entre los asociados y otros actores.
- ✓ Asegurar la transparencia en la toma de decisiones y la gestión de los recursos.

1.9.2. Documentos básicos para una figura asociativa.

Los principales documentos que deben elaborarse en el proceso de constitución y gestión de una figura asociativa son:



Acta de constitución

Descripción: Este documento formaliza la creación de la asociación, y en él se consignan los nombres de los socios fundadores, los objetivos de la asociación y los compromisos iniciales. El acta de constitución es el primer paso para formalizar la figura jurídica ante las autoridades competentes.

Proforma sugerida:



Escanea el código



Estatutos

Descripción: Los estatutos son el conjunto de reglas que definen la estructura, el funcionamiento y las normas internas de la asociación. Estos documentos son indispensables para regular las relaciones entre los asociados y establecer los procedimientos de gobernabilidad.

Proforma Sugerida:



Escanea el código



Reglamento interno

Descripción: Este documento establece de manera más detallada las normas de convivencia interna, los procesos de toma de decisiones y los mecanismos para resolver conflictos. Aunque complementa los estatutos, el reglamento es más específico y se adapta a las operaciones diarias de la figura asociativa.

Proforma sugerida:



Escanea el código



Formato de manual de uso de la Denominación de Origen

Descripción: Este documento describe las responsabilidades específicas de cada uno de los cargos directivos, administrativos y operativos dentro de la figura asociativa. Es importante para asegurar que cada asociado o empleado tenga claridad sobre sus funciones.

Proforma sugerida:



Escanea el código



Acta de asamblea general y junta directiva

Descripción: Las actas son documentos que registran todas las decisiones y acuerdos tomados en las reuniones de la asamblea general y la junta directiva. Son indispensables para dar fe de la transparencia y la legitimidad de las decisiones tomadas.

Proforma sugerida:



Escanea el código



Plan estratégico o Plan operativo anual (POA)

Descripción: Este documento establece las metas a corto, mediano y largo plazo de la asociación, así como las acciones específicas para alcanzarlas. En el caso de una figura asociativa con una DO, el POA debe incluir objetivos de promoción, comercialización y gestión de calidad.

Proforma sugerida:



Escanea el código

1.9.3. Propuestas de guías y proformas actualizadas

Además de las proformas anteriores, es importante que la figura asociativa mantenga sus documentos actualizados de acuerdo con las normativas legales vigentes. Las guías y plantillas ofrecidas aquí permiten una mayor estandarización, pero se recomienda contar con asesoría legal y adaptarlas a las especificidades del proyecto asociativo.

La documentación adecuada es esencial no solo para la constitución formal de la figura asociativa, sino también para la correcta operación y el cumplimiento de los objetivos del proyecto asociativo. Las proformas propuestas aquí sirven como un recurso inicial que puede ser adaptado y ajustado de acuerdo con las características de cada DO y las necesidades particulares de la comunidad.



1.10 Revisión de buenas prácticas organizacionales

La implementación de un proyecto asociativo para la gestión de DO debe incluir una revisión exhaustiva de las buenas prácticas de asociatividad. Este análisis permite identificar y aplicar métodos y estrategias que han demostrado ser efectivas en otros procesos de asociatividad, asegurando que las prácticas adoptadas sean adecuadas y sostenibles para el contexto local de la DO.

En esta revisión se consideran aspectos como el fortalecimiento de la gobernanza, la transparencia en la toma de decisiones, la participación activa de los miembros, la capacitación y desarrollo de habilidades, y el manejo adecuado de los recursos. A través de las buenas prácticas de asociatividad, se pueden establecer modelos organizativos y operativos que promuevan la cohesión entre los miembros, optimicen los recursos y potencien la efectividad del comité administrativo. Esta sección también incluye una evaluación de la aplicabilidad de cada práctica al contexto específico de la DO, promoviendo un enfoque flexible y adaptativo que facilite la integración de mejoras continuas en el proceso de gestión.

En la siguiente tabla podemos observar buenas prácticas de asociatividad aplicables a las DO:

01	Gobernanza participativa Implementar mecanismos de toma de decisiones democráticos y crear órganos de gobierno definidos con roles y funciones claras.
02	Transparencia y comunicación interna Establecer sistemas de comunicación internos para mantener informados a los asociados sobre decisiones, finanzas y actividades de la DO.
03	Capacitación continua Ofrecer programas de formación en asociatividad, gobernanza, normas de calidad y técnicas de producción.
04	Procesos financieros transparentes Gestionar los recursos financieros de manera responsable y con mecanismos de auditoría y reporte financiero accesibles.
05	Participación y compromiso Establecer incentivos para la participación de los asociados y alinear sus intereses con los objetivos de la DO.
06	Protección y defensa de la DO Implementar mecanismos de supervisión y sanción para el uso indebido de la DO, y desarrollar estrategias legales para proteger su autenticidad.
07	Alianzas estratégicas Implementar mecanismos de supervisión y sanción para el uso indebido de la DO, y desarrollar estrategias legales para proteger su autenticidad.
08	Promoción efectiva Establecer colaboraciones con entidades públicas y privadas, y crear redes de contacto con otras DO para el intercambio de experiencias.
09	Adaptación e innovación en procesos productivos Implementar tecnologías para mejorar la eficiencia sin comprometer la calidad tradicional del producto.
10	Supervisión y control de calidad Crear un sistema de monitoreo y realizar auditorías internas y externas para mantener altos estándares de calidad.
11	Sostenibilidad social y ambiental Incluir prácticas que promuevan la sostenibilidad ambiental y social, beneficiando a la comunidad y respetando el entorno territorial.
12	Flexibilidad y adaptabilidad organizacional Diseñar el proyecto asociativo de manera adaptable a cambios legales, sociales y comerciales, con una cultura de mejora continua.
13	Resolución de conflictos Establecer procedimientos formales de resolución de conflictos entre miembros, priorizando el diálogo y el consenso.

Implementar estas buenas prácticas de asociatividad puede fortalecer la gestión de la DO, asegurando un desarrollo solidario, sostenible y enfocado en el largo plazo, promoviendo su identidad y competitividad en el mercado.

1.11 Caso ilustrativo: DO Cerámica Negra de La Chamba

Constitución de un proceso asociativo para la gestión de la DO.

En este caso podemos observar el proceso de organización y constitución de una estructura asociativa sólida para la gestión de una Denominación de Origen. A través de esta experiencia, se destacan los pasos clave para crear un modelo de gobernanza que permita proteger y promover un producto con profundo valor cultural y artesanal, garantizando su autenticidad y calidad en el mercado. Esta experiencia resalta los desafíos, logros y estrategias implementadas por los actores involucrados en la formalización de la DO, brindando un ejemplo práctico de cómo estructurar un proceso asociativo sólido y efectivo, adaptado a las condiciones locales, tal como debe hacerse en cualquier territorio.

Escanea el código QR para ver el **caso ilustrativo: DO Cerámica Negra de La Chamba**



Escanea el código



CERÁMICA NEGRA DE
LA Chamba



CAPÍTULO 02

Comité administrador de la Denominación de Origen (CADO)

2.1 Definición del CADO

El Comité Administrador de la Denominación de Origen (CADO) es la entidad responsable de gestionar y supervisar la DO en representación de sus miembros. Su función principal es coordinar, administrar y proteger la identidad, los estándares de calidad y el prestigio de la DO, promoviendo su sostenibilidad y relevancia en el mercado. El CADO se convierte en el órgano rector de la DO, velando por la correcta aplicación de los estándares de producción, control de calidad y promoción del producto, y representando los intereses colectivos de los productores asociados. Además, el CADO es el encargado de autorizar el uso del sello de la DO cuando sea solicitado, asegurando que su aplicación sea consistente con los requisitos de autenticidad y calidad de la denominación.

El CADO debe estar conformado por un grupo representativo de actores de la cadena de valor de la DO, que incluye productores, procesadores, distribuidores y, en algunos casos, instituciones públicas o privadas que respaldan la gestión de la DO.



2.2 Obligaciones, derechos y responsabilidades del CADO

A continuación, se presenta un cuadro que describe las obligaciones, derechos y responsabilidades del CADO, cuya labor es esencial para la gestión, protección y promoción de la DO. Este marco busca garantizar que la DO mantenga su autenticidad, calidad y prestigio en el mercado, al tiempo que se respalda el bienestar colectivo de los productores asociados.

Obligaciones

- ★ **Gestionar y supervisar la DO.** El CADO debe asegurar que todos los procesos productivos cumplan con los estándares de calidad establecidos en el reglamento de uso de la DO.
- ★ **Promover y proteger la identidad de la DO.** Desarrollar y ejecutar campañas de promoción para fortalecer la marca de la DO y educar al consumidor sobre sus características únicas.
- ★ **Certificar el cumplimiento de estándares.** El CADO supervisa y certifica que los productores cumplan con los requisitos de calidad y técnicas de producción asociadas a la DO.
- ★ **Mantener el registro de usuarios.** Llevar un registro actualizado de los productores y empresas autorizadas para usar la DO, evaluando su cumplimiento continuo.
- ★ **Representar a los asociados.** Actuar como representante legal y administrativo de la DO ante organismos estatales, comerciales y reguladores.
- ★ **Buscar financiamiento y recursos.** Identificar y gestionar fuentes de financiamiento y apoyo institucional para la sostenibilidad y el desarrollo de la DO.
- ★ **Otorgar el uso del sello de la DO.** Autorizar a los productores y empresas el uso del Sello de la DO, asegurando que cumplan con los requisitos de calidad y autenticidad.

Derechos

- ★ **Uso de la DO para fines administrativos.** El CADO puede utilizar la DO en sus actividades administrativas, incluyendo su promoción y representación.
- ★ **Ejercer sanciones y regulaciones.** El CADO tiene el derecho de aplicar sanciones a los miembros que no cumplan con las normativas de calidad de la DO.
- ★ **Cobrar cuotas o tarifas de gestión.** Puede establecer una estructura de cuotas o tarifas para financiar sus operaciones y actividades de supervisión.
- ★ **Realizar auditorías internas.** El CADO puede llevar a cabo auditorías o controles internos periódicos para asegurar la calidad y autenticidad de la DO.
- ★ **Establecer acuerdos de colaboración.** Firmar acuerdos con otras entidades o instituciones para fortalecer la gestión y el alcance de la DO.

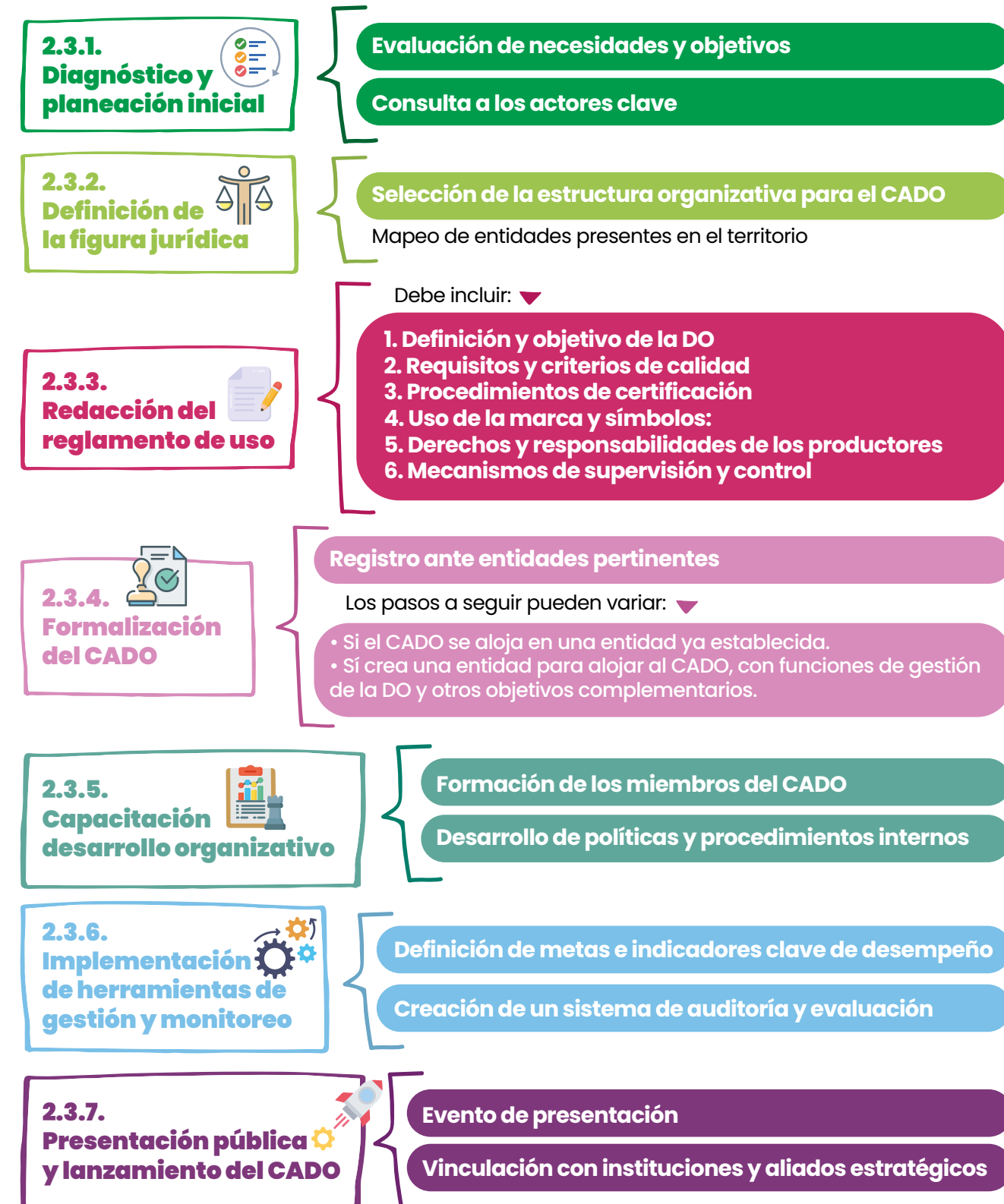
Responsabilidades

- ★ **Transparencia y rendición de cuentas.** Mantener una comunicación clara y periódica con sus miembros sobre sus decisiones, acciones y el uso de los recursos.
- ★ **Respetar los derechos de los miembros.** Actuar en pro del bienestar colectivo de los productores, promoviendo una gestión inclusiva y participativa.
- ★ **Proteger la integridad de la DO.** Asegurar que los productos con la DO se mantengan fieles a su origen y estándares de calidad.
- ★ **Innovación y mejora continua.** Proponer mejoras en la gestión y promoción de la DO, adaptándose a cambios en el mercado y necesidades de los productores.
- ★ **Mediación y resolución de conflictos.** Facilitar mecanismos para la resolución de conflictos entre miembros y promover un ambiente de colaboración.



2.3 Proceso de creación y constitución de un CADO

La creación y constitución de un CADO es un proceso estructurado que asegura una organización adecuada y el establecimiento de un marco legal y administrativo sólido para la gestión de la DO. A continuación, se detallan las etapas fundamentales para la conformación de un CADO:



2.3.1. Diagnóstico y planeación inicial



- **Evaluación de necesidades y objetivos:** Identificar las necesidades de los productores y los objetivos que el CADO debe alcanzar en representación de la DO.
- **Consulta a los actores clave:** Involucrar a productores, comercializadores y a cada uno de los actores de la cadena de valor para el producto al que se le otorgó la DO, sumado a ellos, representantes gubernamentales y demás actores que se encuentren involucrados en el proceso, para conocer sus expectativas y necesidades.

2.3.2. Definición de la figura jurídica



- **Selección de la estructura organizativa para el CADO: Mapeo de entidades presentes en el territorio**

Es esencial realizar un mapeo de las entidades y organizaciones ya establecidas en el territorio para evaluar su capacidad y disposición para alojar el CADO. Este análisis permite identificar aliados estratégicos con infraestructura y experiencia, lo que facilita el funcionamiento y la consolidación del CADO en una estructura preexistente. Además, esta identificación de actores locales asegura que el CADO se integre y articule con las dinámicas productivas y organizativas del territorio, fortaleciendo su sostenibilidad y efectividad en la gestión de la DO.

El mapeo debe incluir organizaciones locales como cámaras de comercio, asociaciones de productores, cooperativas, entidades de desarrollo rural y organizaciones comunitarias, para analizar su compatibilidad y los beneficios que podrían ofrecer al CADO, tales como:

- **Infraestructura administrativa:** Espacios de oficina, recursos administrativos y personal capacitado.
- **Conocimiento del territorio y la DO:** Experiencia en la producción, comercialización y promoción de productos ligados a la DO.
- **Redes y alianzas locales:** Conexiones establecidas con otros productores, consumidores y entes gubernamentales.
- **Consulta del marco normativo:** Revisar las disposiciones legales aplicables, como las normativas del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la Superintendencia de Industria y Comercio y otros organismos pertinentes.

2.3.3. Redacción del reglamento de uso



Una vez elegida la figura asociativa para la gestión de la DO, se debe proceder a la redacción del reglamento de uso, que es esencial y establece las directrices, procedimientos y normativas para el uso adecuado de la DO y del sello por parte de los productores y asociados, asegurando así la protección y promoción adecuada del producto.

El reglamento de uso debe incluir, entre otros aspectos:

- **Definición y objetivo de la DO:** Explicación clara de lo que representa la DO y los objetivos de su protección.
- **Requisitos y criterios de calidad:** Estándares específicos de calidad que deben cumplir los productos para ser reconocidos bajo la DO.
- **Procedimientos de certificación:** Proceso para verificar que los productos cumplen con los criterios de la DO, así como los pasos necesarios para obtener y renovar el uso del sello.
- **Uso de la marca y símbolos:** Normas sobre el uso de logos, etiquetas y otros elementos gráficos asociados a la DO.
- **Derechos y responsabilidades de los productores:** Obligaciones y beneficios de cada uno de los actores que hacen parte de la cadena de valor y que forman parte de la DO.
- **Mecanismos de supervisión y control:** Políticas y prácticas para garantizar que todos los productos con el sello de la DO cumplen consistentemente con sus estándares.

2.3.4. Formalización del CADO



• Registro ante entidades pertinentes

Para la formalización de un CADO, se debe proceder a registrar la organización a la cual pertenece en la cámara de comercio y/o ante una notaría, con el fin de otorgarle personalidad jurídica y derechos legales. Dependiendo de si el CADO se aloja en una entidad ya establecida o se crea como una nueva organización, los pasos a seguir pueden variar:

- **Si el CADO se aloja en una entidad ya establecida.** Es necesario revisar y ajustar los estatutos de la entidad que alojará al CADO para incluir sus nuevas funciones y responsabilidades específicas en la gestión de la DO, así como ajustar el capítulo que se refiere a comités para incluir el CADO y, si no existe, crearlo. Una vez modificados los estatutos, es obligatorio realizar el trámite de actualización ante la cámara de comercio para formalizar los cambios en la estructura y objetivos de la organización.
- **Sí crea una entidad para alojar al CADO,** con funciones de gestión de la DO y otros objetivos complementarios. En caso de que no haya una organización preexistente adecuada, se deberá constituir una nueva entidad específicamente para el CADO. Esto implica llevar a cabo el proceso completo de constitución, que incluye la redacción de estatutos, elección de estructura organizativa y registro ante la cámara de comercio y/o notaría, otorgándole así la personería jurídica necesaria para operar.

Inscripción en registros específicos: Algunas figuras jurídicas pueden requerir inscripción adicional en otros registros, como la Superintendencia de Economía Solidaria o el Ministerio del Interior, dependiendo de la estructura organizativa seleccionada.

2.3.5. Capacitación y desarrollo organizativo



- **Formación de los miembros del CADO:** Realizar capacitaciones en temas legales, de calidad y de administración para asegurar que todos los miembros del CADO comprendan sus funciones.
- **Desarrollo de políticas y procedimientos internos:** Establecer normas internas de funcionamiento, manejo de conflictos, políticas de control de calidad y estrategias de comunicación.

2.3.6. Implementación de herramientas de gestión y monitoreo



- **Definición de metas e indicadores clave de desempeño:** Establecer objetivos medibles para el funcionamiento del CADO y las acciones a seguir en el corto, mediano y largo plazo.
- **Creación de un sistema de auditoría y evaluación:** Implementar mecanismos de auditoría para asegurar que la DO cumpla con los estándares de calidad y se mantenga en los parámetros establecidos.

2.3.7. Presentación pública y lanzamiento del CADO



- **Evento de presentación:** Organizar una presentación pública en un evento, a través de emisoras radiales, redes sociales o una rueda de prensa para dar a conocer el CADO, sus objetivos y sus integrantes; esta presentación dependerá de las condiciones presentes en el territorio al que se le ha otorgado la DO.
- **Vinculación con instituciones y aliados estratégicos:** Establecer alianzas con instituciones públicas y privadas, y explorar opciones de financiación para apoyar las actividades de la DO.

2.4 Estructura técnica de un CADO

La estructura técnica de un CADO debe estar diseñada para asegurar una gestión efectiva de la DO y cumplir con los estándares de calidad, autenticidad y sostenibilidad del producto. Para lograr esto, la estructura técnica debería considerar los siguientes aspectos:

2.4.1. Representatividad de los productores y actores clave

- **Diversidad en representación:** Es importante que el CADO integre representantes de todos los eslabones de la cadena de producción, desde productores de materias primas hasta transformadores y comercializadores. Esto garantiza una visión integral de los desafíos y oportunidades en la gestión de la DO.
- **Equilibrio regional:** La estructura debe reflejar la diversidad geográfica del área de la DO, incluyendo actores de distintas zonas productoras, teniendo en cuenta la delimitación geográfica que se encuentra definida en la resolución, para asegurar que todas las voces sean escuchadas.

2.4.2. Conocimientos técnicos del oficio y del producto

- **Experiencia y conocimiento especializado:** El CADO debe contar con personas que tengan un conocimiento profundo del oficio o técnica que define la DO. Esto incluye experiencia en el proceso productivo, manejo de la materia prima y conocimiento en la preservación de las características distintivas del producto.
- **Capacidades en calidad y control:** Se recomienda integrar personal especializado en normativas de calidad, control y evaluación técnica del producto para garantizar la conformidad con los estándares de la DO.

2.4.3. Facilidades logísticas y administrativas

- **Infraestructura física y recursos:** El CADO debe contar con instalaciones y herramientas adecuadas para su funcionamiento diario, tales como oficinas, espacios de reunión y equipamiento básico de gestión. Estas pueden ser proporcionadas por la organización que ha alojado al CADO, o espacios abiertos como bibliotecas, salones dentro de las alcaldías municipales, en casas de la cultura, cámaras de comercio, etc.

- **Soporte logístico:** Contar con transporte y recursos logísticos es importante para el monitoreo, el control de calidad y la promoción del producto en diversas regiones. Se puede hacer gestión con entidades gubernamentales o privadas que se interesen en el proceso y quieran apoyarlo.

2.4.4. Recursos humanos con capacidades de gestión y promoción

- **Habilidades en gestión administrativa:** Es fundamental incluir perfiles con competencias en gestión de proyectos, administración y financiamiento. Estos miembros pueden encargarse de la planificación y el seguimiento de las actividades del CADO. Si no se cuenta con ellos, se debe buscar asesoría para cada uno de estos temas con aliados estratégicos como las alcaldías y organizaciones que desarrollen diferentes capacitaciones como el SENA.
- **Especialistas en mercadeo y comunicación:** La promoción de la DO y su visibilidad en el mercado dependen de una adecuada estrategia de comunicación. Es beneficioso contar con profesionales en mercadeo que puedan gestionar relaciones públicas, comunicación estratégica y campañas de promoción. Igual que en el caso anterior, se debe buscar apoyo para lograr cubrir este punto analizando el entorno y el apoyo que se puede obtener de él mediante las instituciones presentes.

2.4.5. Soporte legal y cumplimiento normativo

- **Asesoría legal permanente:** El CADO necesita acceso a asesoría legal para cumplir con las obligaciones jurídicas y regulatorias que protegen la DO y aseguran su funcionamiento en conformidad con la ley.
- **Ajustes y cumplimiento normativo:** Si el CADO se aloja en una entidad ya establecida, debe realizar ajustes a los estatutos y realizar el trámite necesario ante la cámara de comercio para formalizar estos cambios. En caso de constituir una nueva entidad, se requiere cumplir con todo el proceso de registro y documentación formal.

2.4.6. Enfoque en sostenibilidad y desarrollo social

- **Iniciativas de sostenibilidad:** La estructura técnica ideal debería incluir roles dedicados a la sostenibilidad ambiental, social y económica del producto y la región.
- **Fomento del desarrollo comunitario:** El CADO también debe asegurar que sus acciones contribuyan al desarrollo económico de la comunidad, promoviendo la capacitación y el crecimiento de sus miembros.

Ejemplo ideal de estructura del CADO:

Cargo o área	Función principal	Perfil recomendado
Representantes de productores	Representar y defender los intereses de los productores	Productores experimentados en la técnica de la DO
Especialista en calidad	Asegurar que los productos cumplan con los estándares de la DO	Técnico o profesional en calidad y control
Administrativo y financiero	Gestionar los recursos, financiamiento y registros	Profesional en administración o finanzas
Especialista en mercadeo	Promover la DO y gestionar la comunicación externa	Profesional en mercadeo o comunicación
Asesor legal	Orientación en aspectos legales y cumplimiento normativo	Abogado con experiencia en derecho comercial y propiedad intelectual
Coordinador logístico	Apoyo en la organización de actividades y movilidad	Persona con experiencia en logística y operaciones

2.5 Estructura financiera y administrativa del CADO

Un CADO requiere de una estructura financiera y administrativa sólida que le permita llevar a cabo sus funciones de manera eficiente y asegurar la sostenibilidad a largo plazo de la DO. La estructura debe estar diseñada para cumplir con la gestión operativa, financiera y de recursos humanos, adaptándose a las necesidades y capacidades de la organización. A continuación, se describen los elementos esenciales que deben incluir esta estructura y los requisitos mínimos para asegurar la viabilidad del CADO.

2.5.1. Requisitos financieros mínimos para la viabilidad del CADO

- Fuentes de financiamiento diversificadas:** El CADO debe contar con múltiples fuentes de financiamiento para asegurar su operatividad. Estas pueden incluir:
 - ✓ **Cuotas de sostenimiento:** Cobro de cuotas a sus miembros, ajustadas a la capacidad económica de cada uno, a la situación presente en el territorio, al modelo asociativo y que deben estar destinadas a cubrir costos operativos básicos.
 - ✓ **Fondos públicos y subvenciones:** Aplicación a programas de financiamiento gubernamental que apoyen la promoción y conservación de productos con DO, como programas de ministerios o entidades de desarrollo rural.
 - ✓ **Alianzas con el sector privado:** Establecimiento de convenios con empresas que deseen asociarse con la DO, ya sea para la comercialización, promoción o patrocinio del producto.
 - ✓ **Ingresos por servicios:** Ofrecimiento de servicios específicos como capacitación, asesoría técnica y certificación para los productores y comercializadores que forman parte de la DO.
- Presupuesto anual:** Establecimiento de un presupuesto anual que contemple los ingresos esperados y los costos operativos, incluyendo promoción y control de calidad. Este presupuesto debe ser realista y flexible para ajustarse a los cambios de mercado.

2.5.2. Instrumentos de transparencia y rendición de cuentas

- Auditoría financiera:** Implementación de auditorías internas o externas de forma periódica para evaluar la situación financiera y verificar el uso adecuado de los recursos. La auditoría debe ser reportada a todos los miembros para mantener la transparencia.
- Informe de gestión anual:** Elaboración de un informe de gestión que detalle las actividades, logros, desafíos y estado financiero del CADO, facilitando la rendición de cuentas a sus miembros y entidades reguladoras. Este informe es solicitado también por la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) con un formato específico que se debe solicitar a la SIC.

2.5.3. Planes de sostenibilidad y expansión

- Plan de desarrollo a largo plazo:** Creación de un plan que identifique oportunidades de crecimiento y expansión de la DO, buscando nuevas fuentes de ingresos y potenciales mercados. Este plan debe incluir proyecciones financieras, metas y estrategias de inversión para asegurar la permanencia del CADO en el tiempo.

- **Capacitación continua:** Programa de capacitación para mejorar las habilidades de los miembros en gestión de la DO, adaptándose a los cambios del mercado y asegurando un servicio de calidad en todas las etapas.

2.6 Normativa específica aplicable al CADO en organizaciones vigiladas por el Ministerio del Interior

En Colombia, el Comité Administrador de la Denominación de Origen en organizaciones vigiladas por el Ministerio del Interior debe adherirse a una serie de regulaciones específicas que aseguran la transparencia, legalidad y representatividad en la gestión de la Denominación de Origen, como es el caso de la DO Tejeduría Zenú, ubicada en el departamento de Córdoba, a la que pertenece el emblemático sombrero vueltiao. Estas normativas están diseñadas para fortalecer el marco institucional de los CADO y garantizar que operen en beneficio de sus miembros y de la comunidad en general.

A continuación, se destacan algunos de los principales aspectos normativos aplicables:

Aspecto normativo
Registro y supervisión

Descripción

Los CADO deben estar registrados y supervisados por el Ministerio del Interior, presentando informes de actividades, estados financieros y documentos que demuestren el cumplimiento de su objetivo en la gestión de la DO.

Normativa aplicable

Ley 489 de 1998, Decreto 1066 de 2015

Aspecto normativo
Transparencia y buen gobierno

Descripción

Los CADO deben aplicar prácticas de buen gobierno, incluyendo transparencia en las decisiones, rendición de cuentas y acceso a la información para sus miembros, alineando sus acciones con los intereses colectivos de los asociados.

Normativa aplicable

Ley 1712 de 2014 (Ley de Transparencia), Decreto 1081 de 2015

Aspecto normativo
Reglamento interno y control de calidad

Descripción

El CADO debe documentar un reglamento interno que establezca los procedimientos de control de calidad y pautas de producción de la DO, cumpliendo con las disposiciones del Ministerio del Interior y buenas prácticas de gobernanza.

Normativa aplicable

Ley 1755 de 2015 (Derecho de Petición), Decreto 1071 de 2015

Aspecto normativo
Responsabilidad fiscal y financiera

Descripción

El CADO debe administrar sus recursos responsablemente, cumpliendo estándares contables y financieros. Esto incluye auditorías y justificación de ingresos, como cuotas, tarifas por uso del Sello de la DO y financiamiento.

Normativa aplicable

Ley 1474 de 2011 (Estatuto Anticorrupción), Ley 43 de 1990

Aspecto normativo
Resolución de conflictos y participación democrática

Descripción

Debe implementar mecanismos formales de resolución de conflictos y fomentar la participación democrática de sus miembros, asegurando su derecho a ser escuchados en decisiones sobre la gestión de la DO.

Normativa aplicable

Ley 1563 de 2012 (Estatuto de Arbitraje), Decreto 1829 de 2013

Aspecto normativo
Cumplimiento de normativas de propiedad intelectual

Descripción

Los CADO deben proteger el uso de la DO conforme a la normativa de propiedad intelectual en Colombia, permitiendo que solo productos que cumplan con los estándares definidos usen la DO y su sello, protegiendo así su valor y reputación.

Normativa aplicable

Decisión 486 de la CAN, Ley 178 de 1994

Este cuadro proporciona un resumen de los principales aspectos normativos con las leyes específicas aplicables para cada caso en las organizaciones vigiladas por el Ministerio del Interior.

2.7 Planificación y monitoreo de acciones del CADO

La planificación estratégica y el monitoreo de las acciones y resultados son fundamentales para el éxito y la sostenibilidad de cualquier Comité Administrador de la Denominación de Origen (CADO). Estos procesos permiten al CADO alinear sus actividades con los objetivos y necesidades de los productores asociados, así como garantizar la correcta gestión y promoción de la DO. A continuación, se detallan algunas buenas prácticas para la planificación del CADO, ejemplos de planes viables a corto, mediano y largo plazo, y mecanismos para monitorear los resultados obtenidos.


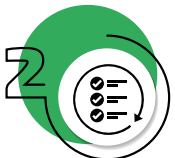

2.7.1. Buenas prácticas de planificación

Una planificación eficaz es aquella que establece metas claras, alcanzables y medibles, dentro de un marco temporal definido. Algunas buenas prácticas en la planificación del CADO incluyen:


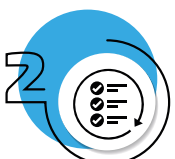

- **Definición de objetivos claros:** Los objetivos deben ser específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con un tiempo determinado (conocidos como metodología SMART). Estos pueden abarcar desde el incremento en el número de productores asociados hasta la mejora de la calidad del producto y el fortalecimiento de la marca de la DO.
- **Involucramiento de los miembros:** La planificación debe ser participativa, involucrando a los miembros del CADO y a los productores asociados en la definición de las prioridades. Esto genera mayor compromiso y asegura que los planes respondan a las necesidades reales del sector.
- **Priorización de acciones:** Es importante priorizar las acciones más urgentes y de mayor impacto en el corto plazo, mientras se desarrollan estrategias para los objetivos más ambiciosos a largo plazo.
- **Asignación de recursos:** La planificación debe contemplar la asignación de recursos humanos, financieros y técnicos necesarios para cumplir con los objetivos establecidos, además de prever posibles fuentes de financiamiento.

Ejemplos de planes a corto, mediano y largo plazo:




Corto plazo (1 a 2 años)

- 1  **Objetivos:** Reforzar el cumplimiento de los estándares de calidad por parte de los productores, aumentar la visibilidad de la DO en mercados locales.
- 2  **Acciones:** Realizar campañas de sensibilización sobre los beneficios del uso del sello de la DO, ofrecer capacitaciones en buenas prácticas de producción, participar en ferias locales y regionales.
- 3  **Resultados esperados:** Aumento en el número de productores que han obtenido el uso del sello de la DO y mayor presencia en el mercado local.

Mediano plazo (3 a 5 años)

- 1  **Objetivos:** Expansión de la DO a nivel nacional, fortalecimiento de la infraestructura de apoyo a los productores.
- 2  **Acciones:** Desarrollar alianzas con distribuidores y comercios nacionales, crear un plan de mercadeo más robusto para incrementar el conocimiento de la DO entre consumidores, establecer un sistema de apoyo técnico a los productores para mejorar la calidad del producto.
- 3  **Resultados esperados:** Incremento de la comercialización de productos con la DO en mercados nacionales y mejoras en la calidad del producto.

Largo plazo (5 a 10 años):

- 1  **Objetivos:** Consolidar la presencia internacional de la DO, garantizar la sostenibilidad de la DO a través de la gestión adecuada de recursos y el fortalecimiento de la infraestructura institucional.
- 2  **Acciones:** Establecer alianzas internacionales, registrar la DO a nivel internacional, aumentar la producción y distribución de productos con la DO en mercados internacionales, crear programas de capacitación continua para productores.
- 3  **Resultados esperados:** Reconocimiento internacional de la DO, sostenibilidad financiera a largo plazo y crecimiento continuo de la base de productores asociados.

2.7.2. Mecanismos e indicadores para monitorar resultados

El monitoreo y la evaluación son cruciales para asegurarse de que los planes y objetivos se estén cumpliendo correctamente. Algunas estrategias clave para el monitoreo de resultados incluyen:

- **Establecimiento de indicadores de desempeño o indicadores clave de rendimiento (KPIs en inglés):** Los KPIs deben estar alineados con los objetivos planteados. Algunos ejemplos de KPIs para un CADO incluyen:
 - ✓ Número de productores que tienen la autorización de uso del sello de la DO.
 - ✓ Crecimiento en las ventas de productos con la DO.
 - ✓ Participación de los productores en las capacitaciones y actividades del CADO.
 - ✓ Incremento en el número de alianzas comerciales y de distribución.
- **Reuniones y evaluaciones periódicas:** El CADO debe organizar reuniones regulares para evaluar el progreso hacia los objetivos, identificar problemas y ajustar las estrategias cuando sea necesario. Esto puede incluir revisiones trimestrales o semestrales.
- **Encuestas y retroalimentación de los miembros:** Realizar encuestas periódicas entre los productores y otros actores clave para evaluar su satisfacción con las actividades del CADO y la efectividad de los programas implementados.
- **Auditorías y revisiones externas:** Para garantizar la transparencia y la objetividad en el monitoreo, se pueden realizar auditorías externas periódicas para evaluar la gestión financiera, el cumplimiento de los estándares de calidad y el uso adecuado de los recursos.
- **Sistema de reportes y transparencia:** Es fundamental que el CADO mantenga un sistema de reportes claro y accesible para todos sus miembros, en el que se detallen los avances y resultados obtenidos de forma comprensible.

2.8 Sostenibilidad del CADO en el tiempo

La sostenibilidad a largo plazo de un Comité Administrador de la Denominación de Origen (CADO) es crucial para garantizar la continuidad y el éxito de la Denominación de Origen (DO). La sostenibilidad no solo se refiere a la capacidad de mantener y mejorar los estándares de calidad del producto, sino también a la estabilidad financiera y a la capacidad del CADO de continuar funcionando de manera efectiva y cumplir con sus objetivos. Es esencial que un CADO gestione eficientemente sus recursos y busque diversas fuentes de ingresos que le permitan operar sin depender exclusivamente de los aportes de los productores asociados.

2.8.1. Sostenibilidad financiera de un CADO

La sostenibilidad financiera de un CADO implica contar con recursos suficientes para cumplir con sus responsabilidades y seguir desarrollando estrategias que contribuyan a la permanencia y crecimiento de la DO. Esto requiere una planificación financiera adecuada, una gestión eficiente de los ingresos y egresos, y una visión a largo plazo sobre cómo asegurar fuentes de financiación que no dependan únicamente de las cuotas de los productores



Algunos de los **elementos clave** para la sostenibilidad financiera incluyen:



- **Diversificación de fuentes de ingresos:** El CADO debe buscar diferentes formas de ingresos, como la comercialización de la etiqueta del sello de la DO, tarifas por servicios de certificación de uso, acuerdos comerciales, colaboraciones con entidades públicas y privadas, entre otros.



Gestión eficiente de recursos: Optimizar el uso de los recursos disponibles, reduciendo costos innecesarios, evitando despilfarros y asegurando que los ingresos generados sean utilizados de manera efectiva en las actividades del CADO.



Capacidad de generar ingresos propios: El CADO debe tener la capacidad de generar ingresos que le permitan cubrir sus costos operativos y continuar con sus actividades sin depender exclusivamente de los aportes de los productores asociados.



Desarrollo de alianzas estratégicas: Formar asociaciones con entidades públicas y privadas que puedan proveer financiamiento, apoyo institucional o recursos técnicos para fortalecer la sostenibilidad de la DO.



Planificación financiera a largo plazo: Contar con un plan financiero que contemple las necesidades futuras de la DO, proyectando los ingresos y egresos de acuerdo con los planes de crecimiento, expansión y desarrollo.



2.8.2. Lista de verificación para medir la sostenibilidad en el tiempo de un CADO

Para evaluar si un CADO es sostenible a largo plazo, se puede utilizar la siguiente lista de verificación, que incluye aspectos clave para medir su capacidad de mantenerse operando de manera efectiva y financieramente viable:

Criterio	SI	NO	Comentarios
Diversificación de fuentes de ingreso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	¿El CADO ha explorado y establecido múltiples fuentes de ingresos (tarifas, alianzas, venta de productos)?
Estabilidad financiera a largo plazo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	¿El CADO ha proyectado sus necesidades financieras para los próximos 5-10 años?
Generación de ingresos propios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	¿El CADO tiene la capacidad de generar ingresos que le permitan ser independiente financieramente?
Planificación financiera	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	¿Existen planes de gestión financiera que cubran tanto los costos operativos como los proyectos futuros?
Control y transparencia en la gestión de recursos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	¿El CADO tiene sistemas de control interno para asegurar la transparencia en la utilización de fondos?
Estrategias de reducción de costos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	¿El CADO ha implementado medidas para reducir costos innecesarios sin afectar la calidad de sus operaciones?
Capacidad de innovación y adaptación al cambio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	¿El CADO se adapta a las nuevas necesidades del mercado y a las oportunidades de financiación?
Alianzas estratégicas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	¿El CADO ha establecido alianzas con instituciones públicas y privadas para fortalecer su sostenibilidad?
Evaluación de resultados y rendimiento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	¿Se realizan auditorías regulares y evaluaciones para medir el rendimiento financiero del CADO?
Sostenibilidad social y ambiental	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	¿El CADO considera la sostenibilidad social y ambiental en sus actividades, y tiene políticas al respecto?

La sostenibilidad de un CADO a largo plazo es un factor determinante para el éxito y visibilidad de la Denominación de Origen. Un CADO que gestione de manera eficiente sus recursos financieros, diversifique sus fuentes de ingreso y sea capaz de adaptarse a los cambios del mercado, estará mejor posicionado para garantizar la continuidad de la DO y asegurar su crecimiento sostenible en el tiempo. La aplicación de esta lista de verificación permitirá al CADO monitorear su sostenibilidad y tomar decisiones informadas para fortalecer su capacidad operativa y financiera.

2.9 Caso ilustrativo: DO Arroz de la Meseta de Ibagué

Ejemplo de un CADO consolidado que funciona de manera adecuada

La Denominación de Origen Arroz de la Meseta de Ibagué representa un caso ejemplar de un CADO consolidado y funcional. A través de una gestión estructurada y el compromiso con altos estándares de calidad, este CADO ha logrado fortalecer la identidad y el reconocimiento de la DO del Arroz de la Meseta de Ibagué. Su éxito radica en la implementación de estrategias financieras sostenibles, como la diversificación de ingresos y alianzas comerciales, que aseguran el respaldo económico necesario para la promoción y supervisión de la DO. Además, su enfoque en la planificación y el monitoreo constante de resultados lo convierte en un modelo a seguir para otras DO en Colombia.

Escanea el código QR para ver el **Caso ilustrativo: DO Arroz de la Meseta de Ibagué**



CAPÍTULO 03

Mercadeo de la Denominación de Origen



3.1 Obligaciones del CADO para la promoción interna y externa de la DO

El Comité Administrador de la Denominación de Origen (CADO) tiene la responsabilidad fundamental de fortalecer y difundir la identidad y el propósito de la DO, tanto en el ámbito interno —dirigido a los productores y asociados— como en el ámbito externo, con un enfoque hacia el mercado y el público en general. Estas obligaciones de promoción son esenciales para consolidar la reputación y reconocimiento de la DO en el mercado, generando confianza y valor agregado al producto.

3.1.1. Promoción interna de la DO

- **Capacitación y educación:** El CADO debe organizar actividades de capacitación para los productores y asociados, enfocadas en los estándares de calidad, la diferenciación del producto y los beneficios de la DO.
- **Construcción de identidad colectiva:** Fomentar la identidad colectiva entre los productores mediante eventos y reuniones, para fortalecer el sentido de pertenencia y compromiso con los valores y objetivos de la DO.
- **Divulgación de buenas prácticas:** Compartir conocimientos y buenas prácticas dentro de la comunidad de productores para mejorar los procesos productivos y mantener la calidad de los productos amparados por la DO.

3.1.2. Promoción externa de la DO

- **Estrategias de comunicación y mercadeo:** Desarrollar campañas de comunicación que destaquen las características únicas de la DO, su origen y los beneficios de sus productos, dirigiéndose a consumidores, distribuidores y aliados estratégicos.
- **Participación en ferias y eventos comerciales:** Representar a la DO en eventos nacionales e internacionales para visibilizarla en nuevos mercados y establecer contactos comerciales que amplíen su alcance.
- **Alianzas estratégicas para la promoción:** Crear acuerdos con instituciones, organismos públicos y privados para impulsar el reconocimiento y respaldo de la DO en diversas plataformas de mercado.
- **Monitoreo y análisis de impacto:** Evaluar periódicamente el alcance y la efectividad de las actividades de promoción externa, permitiendo ajustar las estrategias de acuerdo con las tendencias del mercado y la percepción del consumidor.

Estas obligaciones son cruciales para que el CADO fortalezca la presencia de la DO y apoye el posicionamiento de sus productos en el mercado, asegurando que tanto los productores asociados como los consumidores valoren la importancia y el origen distintivo de la DO.

3.2 Estrategias y herramientas de mercadeo interno

El mercadeo interno dentro de un Comité Administrador de la Denominación de Origen (CADO) tiene el objetivo de fortalecer el compromiso y la cohesión entre los miembros de la DO, generando un sentido de pertenencia y responsabilidad compartida en relación con los objetivos y estándares de la Denominación de Origen. Este enfoque es esencial para que todos los asociados se conviertan en embajadores de la DO y mantengan la autenticidad y calidad del producto en cada etapa de su producción.

3.2.1. Estrategias de mercadeo interno



Capacitación y formación continua: Invertir en la capacitación de los asociados en temas clave como calidad, certificación y buenas prácticas de producción para asegurar el cumplimiento de los estándares de la DO. Se pueden generar talleres, espacios de formación, grupos focales informativos, entre otros.

Reforzamiento de la identidad de marca: Comunicar la historia, valores y significado de la DO a los productores mediante material informativo, generando una identidad de marca fuerte y compartida. Es importante divulgar este material a través de canales conocidos para la comunidad usuaria de la DO, ejemplo: Whatsapp, radio local, etc.



Reconocimiento a la excelencia: Establecer programas de reconocimiento para aquellos miembros que demuestren un compromiso destacado con los estándares de la DO, promoviendo la motivación y el sentido de pertenencia.

Creación de redes de colaboración: Organizar encuentros, talleres y jornadas de intercambio para fortalecer los lazos entre los productores y fomentar una gestión unificada de la DO.



3.2.2. Herramientas de mercadeo interno



Boletines internos: Distribuir boletines periódicos que informen a los asociados sobre las actividades y logros de la DO, manteniendo a todos informados y comprometidos.



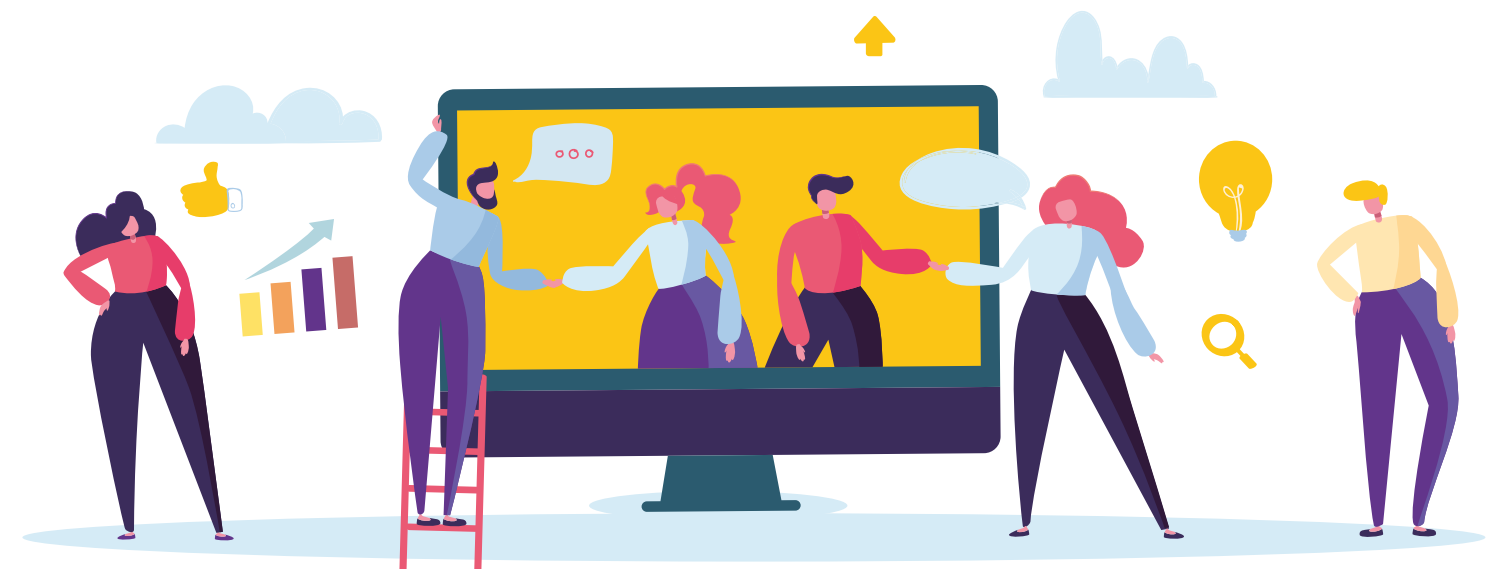
Material audiovisual: Crear videos, infografías y otros recursos visuales que expliquen la historia y valor de la DO, generando orgullo y compromiso.



Plataformas digitales internas: Utilizar una plataforma de comunicación interna donde los productores puedan acceder a documentos, materiales de capacitación y foros de discusión. Ejemplo: grupos en redes sociales.



Encuestas de retroalimentación: Implementar cuestionarios y encuestas para conocer las opiniones y nivel de satisfacción de los productores, permitiendo ajustes en la gestión del CADO.



3.3 Estrategias y herramientas de mercadeo externo

El mercadeo externo es fundamental para consolidar el posicionamiento de la DO en el mercado y crear una conexión directa con los consumidores y aliados estratégicos. El CADO tiene la responsabilidad de implementar estrategias de mercadeo que difundan el valor único de la DO, promoviendo la calidad y autenticidad del producto para aumentar su demanda y fortalecer su prestigio.

3.3.1. Estrategias de mercadeo externo



Construcción de marca y posicionamiento: Definir y comunicar los atributos únicos de la DO para diferenciarla en el mercado y crear una marca que inspire confianza y reconocimiento. Se debe respetar el manejo aprobado del logo y nombre de la DO según el reglamento de uso.

Campañas de sensibilización y educación al consumidor: Realizar campañas que expliquen la autenticidad de la DO, sus orígenes y beneficios, educando a los consumidores y generando lealtad. De cara al consumidor externo existen muchos mecanismos para divulgar estas campañas, pero comúnmente se pueden utilizar las redes sociales, stands o avisos de información en puntos de venta, divulgación en eventos especializados, entre otros.



Participación en ferias y eventos comerciales: Asistir a ferias nacionales e internacionales para exponer el producto con DO a nuevos mercados y establecer relaciones comerciales.

Alianzas estratégicas y colaboraciones: Establecer acuerdos con entidades y organizaciones que fortalezcan la visibilidad y el respaldo de la DO en el ámbito comercial y público. Ejemplo: se pueden hacer alianzas con organizaciones que promuevan el desarrollo turístico del territorio, en donde los productos con DO son un atractivo diferencial y de valor agregado que contribuye a esa oferta turística.



Estrategias digitales y de redes sociales: Utilizar plataformas digitales para promocionar la DO de forma masiva y directa, alcanzando nuevos segmentos de consumidores. En cualquier caso se debe considerar utilizar tanto las redes sociales propias de los empresarios que comercializan el producto con DO, así como redes sociales del mismo CADO o entidad responsable de la administración de la DO.

3.3.2. Herramientas de mercadeo externo



Campañas publicitarias y material promocional: Crear anuncios, folletos, y otros materiales que comuniquen las características únicas de la DO y atraigan la atención del mercado.

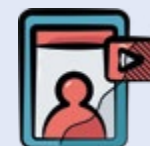
Plataformas de redes sociales: Usar redes sociales para conectar con consumidores y generar contenido visual y educativo que resalte la historia y valor del producto. Esta estrategia se puede combinar con acciones de pauta paga para mejorar el alcance de las publicaciones.



Sitio web y tiendas en línea: Contar con un sitio web oficial que ofrezca información detallada sobre la DO y con enlaces a las plataformas de venta de los productores autorizados, aumentando su accesibilidad. Es clave acompañar un sitio web con una estrategia de posicionamiento del mismo (que pueda ser ampliamente difundido).



Medios de comunicación y prensa: Establecer contactos con medios de comunicación para obtener cobertura en prensa, televisión y radio, expandiendo el alcance y reconocimiento de la DO.



Evaluación de impacto y satisfacción del consumidor: Realizar estudios de mercado para medir la percepción del consumidor, permitiendo ajustes en las estrategias y manteniendo la relevancia de la DO en el tiempo.

Estas estrategias y herramientas de mercadeo interno y externo permiten al CADO fortalecer su posición en el mercado y asegurar que la Denominación de Origen sea reconocida y valorada tanto por sus miembros como por los consumidores finales, asegurando su sostenibilidad y crecimiento.



3.4 Caso ilustrativo: DO Bocadillo Veleño

Estrategias de promoción efectivas implementadas por un CADO

La DO Bocadillo Veleño se ha destacado en el ámbito de las DO en Colombia gracias a la implementación de estrategias de promoción efectivas por parte de su CADO. Este comité ha impulsado acciones que van desde campañas de sensibilización sobre la autenticidad y tradición del producto, hasta la participación en ferias nacionales e internacionales, donde el Bocadillo Veleño se presenta como símbolo de la identidad cultural de la región. Además, el CADO ha fortalecido alianzas estratégicas y utilizado canales digitales para conectar con nuevos mercados, logrando así posicionar este producto icónico y expandir su alcance.

Escanea el código QR para ver el **Caso ilustrativo:**
DO Bocadillo Veleño



Escanea el código



*Bocadillo
Veleño*



3.5 Caso ilustrativo transversal: Federación Nacional de Cafeteros



La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNC) es un ejemplo destacado de gestión integral en torno a las Denominaciones de Origen (DO) y el café colombiano con DO, como el emblemático Café de Colombia. La FNC ha desarrollado un modelo de gestión que abarca desde la producción hasta el mercadeo, asegurando que los cafés colombianos con DO se distingan en el mercado global por su calidad, autenticidad y vínculo territorial. Este modelo se basa en la protección y promoción de las DO en beneficio de las comunidades cafeteras, consolidando al café colombiano como un producto de alta reputación y valor agregado.

La FNC ha implementado un robusto sistema de control de calidad y trazabilidad, asegurando que los productos con DO cumplan con los estándares y reflejen las características del origen. En términos de mercadeo, la FNC ha sido pionera en la creación de campañas que asocian la calidad del café colombiano con la identidad del país, posicionándolo en el mercado internacional como un producto de excelencia. Además, ha sido clave en la defensa y el fortalecimiento del marco legal de las DO, protegiendo las marcas asociadas al café colombiano en diferentes mercados y garantizando que los productores colombianos puedan beneficiarse de la valorización de su producto.

Este enfoque integral y sostenido de la FNC ha servido como modelo para otras DO en Colombia y en el mundo, demostrando que una gestión estratégica de las denominaciones de origen puede generar un impacto positivo tanto para los productores como para la economía nacional.

Escanea el código QR para ver
el **Caso ilustrativo:**
**Federación Nacional de
Cafeteros**



Escanea el código



3.6 Caso ilustrativo internacional: DO Tequila – México

En el caso de la DO Tequila, de México, el aspecto en el que ha sido más fuerte y destacado a lo largo de su gestión ha sido el mercadeo de la Denominación de Origen. La DO Tequila ha logrado posicionarse a nivel mundial como un símbolo de la cultura mexicana gracias a estrategias de mercadeo bien estructuradas que destacan su autenticidad, calidad y vínculo con el territorio. Estas estrategias han incluido alianzas internacionales, campañas de educación al consumidor, y la construcción de una identidad de marca poderosa que asocia al tequila con México en mercados globales. Además, el Consejo Regulador del Tequila (CRT), que tiene el mismo papel del CADO en Colombia, ha sido muy efectivo en difundir la importancia de la DO y en proteger la marca frente a imitaciones, logrando un alcance y reconocimiento excepcional para esta denominación.

Este éxito en mercadeo ha sido clave para fortalecer la imagen y prestigio de la DO Tequila en distintos mercados, asegurando tanto su expansión como su sostenibilidad.



Escanea el código QR para
ver el **Caso ilustrativo
internacional:**
DO Tequila – México



Escanea el código



04



Marco legal de las formas organizativas y de las Denominaciones de Origen



4.1 Identificación de normas y circulares

El normograma a continuación presenta un resumen estructurado del marco legal que regula las Denominaciones de Origen en Colombia, abarcando desde la normativa supranacional hasta las regulaciones nacionales específicas. Este conjunto de normas es esencial para la protección, gestión y promoción de las DO, estableciendo procedimientos claros para su registro, uso y supervisión. A través de este normograma, se pueden identificar las leyes y regulaciones clave que deben ser consideradas por las comunidades productoras, asociaciones, comités administradores (CADO) y autoridades competentes, con el fin de garantizar la correcta aplicación y protección de las DO:

1 Leyes y normas básicas sobre propiedad intelectual

Norma/Regulación	Función/Objetivo	Relación con las DO
Ley 178 de 1994 - Protección de la propiedad industrial	Define las DO como una categoría especial dentro de la propiedad intelectual y regula su protección.	Establece el marco legal para las DO en Colombia. Protege las DO contra el uso indebido y la falsificación.
Ley 256 de 1996 - Competencia desleal	Protege las DO frente a actos de competencia desleal, como el uso indebido de nombres.	Permite a las comunidades defensoras de una DO actuar contra el uso indebido o engañoso en el mercado.
Decisión 486 de 2000 - Comunidad Andina de Naciones (CAN)	Regula las DO a nivel supranacional para los países miembros de la CAN, incluida Colombia.	Defina las DO en el ámbito de los países andinos y establezca el proceso de solicitud de reconocimiento.

2 Procedimientos para el reconocimiento y protección de las DO

Norma/Regulación	Función/Objetivo	Relación con las DO
Resolución 57530 de 2012 - SIC	Regula los procedimientos para el reconocimiento de una DO ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC).	Defina el proceso para registrar y renovar DO ante la SIC, y establezca la supervisión de su uso.
Decreto 1074 de 2015 - Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo	Compendio de normas sobre propiedad intelectual.	Establece procedimientos administrativos para la solicitud y renovación de las DO.

3 Formas organizativas para la gestión de las DO

Norma/Regulación	Función/Objetivo	Relación con las DO
Comités Administradores de la DO (CADO)	Gestionan, administran y defienden la DO, asegurando que se cumplan los estándares y protejan la DO del uso inadecuado.	Son los encargados de gestionar las solicitudes de uso, proteger la DO y garantizar que se mantienen los estándares de calidad y origen del producto.
Asociaciones y cooperativas de productores	Representan y agrupan a los productores dentro de la DO para asegurar el cumplimiento de los criterios establecidos.	Deben organizar a los productores y velar por el cumplimiento de los requisitos y estándares de calidad definidos por la DO.

4 Reglas para el uso de las DO

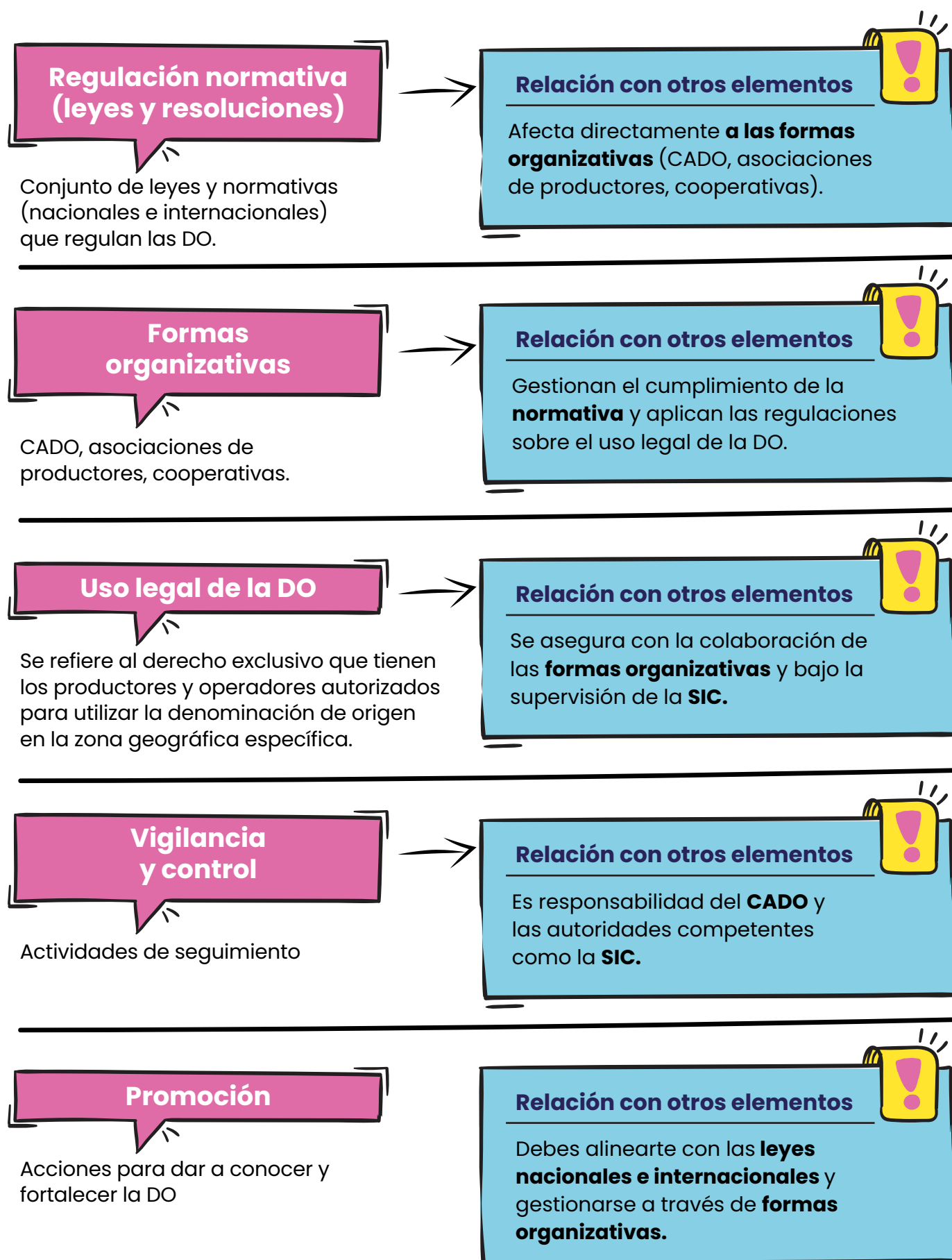
Norma/Regulación	Función/Objetivo	Relación con las DO
Uso legal de la DO	Regula cómo se debe usar la DO.	Garantiza que la DO solo se utilice para productos evaluados y aprobados que cumplan con los estándares que le dieron su reputación.
Sello de Denominación de Origen Protegida	Regula el uso adecuado del sello para asegurar la autenticidad de la DO.	El sello debe ser usado de acuerdo con las normas establecidas, como el Reglamento de Uso y las disposiciones legales vigentes.

5 Responsabilidad de la comunidad y las autoridades

Norma/Regulación	Función/Objetivo	Relación con las DO
Vigilancia y control	Asegúrese de que la DO no pierda su protección y que no se utilice de manera fraudulenta.	El CADO y la SIC tienen la responsabilidad de vigilar el uso correcto de la DO.
Promoción y defensa de la DO	Promover la DO en mercados nacionales e internacionales, protegiendo su valor y reputación.	Debe alinearse con las leyes nacionales e internacionales para proteger la DO.

Relación entre los elementos:

El siguiente esquema refleja cómo se interrelaciona cada elemento y cómo los actores clave (formas organizativas y SIC) colaboran en la gestión y promoción:



La correcta gestión de las Denominaciones de Origen requiere un marco normativo sólido que regule tanto los procesos asociativos como las estructuras organizativas que sustentan dichas figuras. A nivel nacional, existe un conjunto de normas, circulares y conceptos legales que proporcionan el andamiaje necesario para garantizar la transparencia, sostenibilidad y eficacia en la gestión de los procesos solidarios y asociativos, así como en la protección y promoción de las DO.

En cuanto a las formas organizativas y procesos solidarios y asociativos en general, es fundamental tener en cuenta las siguientes normativas:

Norma	Descripción	Función/Objetivo
Ley 454 de 1998	Establece el marco general para el desarrollo de la economía solidaria en Colombia, regulando las actividades de cooperativas, asociaciones y otras formas de organización basadas en principios solidarios.	Regular la organización y funcionamiento de cooperativas y asociaciones, promoviendo el desarrollo solidario y la integración de sus miembros.
Decreto 1480 de 1989	Regula la conformación y funcionamiento de las asociaciones mutuales y otros tipos de organizaciones solidarias, fijando pautas para su administración y control.	Establece las condiciones y reglas para la creación, funcionamiento y supervisión de organizaciones solidarias.
Circular fásica jurídica de la Superintendencia de la Economía Solidaria	Reúne las disposiciones que aplican a las entidades que se rigen por la Ley 454, incluyendo lineamientos sobre su constitución, operación y supervisión.	Proporciona directrices legales

Norma	Descripción
Decisión 486 de 2000 (CAN)	Proporciona el marco jurídico para la protección de la propiedad industrial, incluyendo las Denominaciones de Origen, definiendo las características necesarias para obtener esta protección y los procedimientos para su reconocimiento.
	Función/Objetivo
	Regula las Denominaciones de Origen en los países miembros de la Comunidad Andina, proporcionando los lineamientos para la protección de productos originarios de una región geográfica específica.

Norma	Descripción
Resolución 57530 de 2012 (SIC)	Establece los lineamientos específicos para el reconocimiento y registro de las Denominaciones de Origen en Colombia, así como las responsabilidades de los comités administradores para su adecuado funcionamiento.
	Función/Objetivo
	Regula el procedimiento de reconocimiento y registro de las DO en Colombia, además de la supervisión de su uso y el papel de los comités administradores en la gestión de la DO.

Norma	Descripción
Ley 243 de 1995	Regula los aspectos relacionados con la protección de los productos originarios de determinadas regiones, y que cuentan con una Denominación de Origen, garantizando los derechos exclusivos sobre el uso de estos nombres.
	Función/Objetivo
	Garantizar los derechos exclusivos sobre el uso de las DO, protegiendo a los productores y las comunidades vinculadas a la Denominación de Origen contra el uso indebido o engañoso de los nombres geográficos.

4.2 Presentación marco normativo de las DO

Diversos conceptos emitidos por la SIC proporcionan aclaraciones sobre la aplicabilidad de las normativas y el funcionamiento de las DO, facilitando la interpretación y resolución de controversias sobre su administración y uso.

El conocimiento y cumplimiento de este conjunto normativo es esencial para garantizar el buen funcionamiento de las DO y sus comités, promoviendo una gestión participativa, transparente y alineada con los objetivos estratégicos de protección y promoción de los productos protegidos por estas figuras. Esta base legal es, además, un punto de partida para fomentar la colaboración interinstitucional y asegurar que las DO se administren de manera coherente, con los principios del derecho comercial y de la economía solidaria.

Para comprender y gestionar adecuadamente una Denominación de Origen, es esencial que las comunidades conozcan el marco legal que protege y regula estas figuras. Este marco normativo no solo define las características y requisitos que debe cumplir un producto para obtener el reconocimiento de una DO, sino que también establece las reglas para su uso, administración y protección como propiedad intelectual colectiva.

A continuación, se presenta una tabla con la normativa clave que regula las DO en Colombia y resumiendo algunos de sus elementos más relevantes:

Normativa #1
Decisión 486 de 2000 – Comunidad Andina de Naciones (CAN). Norma supranacional que regula los derechos de propiedad intelectual, incluyendo las DO, en los países miembros de la CAN, como Colombia.



Aspectos clave

Define las DO como signos que indican que un producto proviene de un lugar específico.

¿Para qué le sirve a las DO?

Sirve para entender cómo solicitar y proteger una DO a nivel internacional y cómo interactúan las DO entre los países miembros de la CAN.

¿Con qué fin se consulta?

Se consulta para la protección de la DO a nivel internacional dentro de la Comunidad Andina.

Normativa #2.
Ley 178 de 1994 – Protección de la Propiedad Industrial. Ley colombiana que implementa los acuerdos internacionales sobre propiedad industrial, con un enfoque en las marcas, patentes y DO.



Aspectos clave

Establece las DO como una categoría especial dentro de la propiedad intelectual. La titularidad puede recaer en organizaciones de productores, asociaciones y entes gubernamentales.

¿Para qué le sirve a las DO?

Es esencial para comprender la propiedad intelectual de las DO en Colombia y la regulación de su uso.

¿Con qué fin se consulta?

Se consulta para la gestión de la propiedad industrial de las DO y su uso dentro de Colombia.

Normativa #3

Resolución 57530 de 2012 – Superintendencia de Industria y Comercio (SIC). Norma que regula los procedimientos para el reconocimiento y registro de las DO en Colombia.



Aspectos clave

Define los pasos para registrar una DO, los requisitos para las comunidades o asociaciones que la solicitan, y el papel de los comités administradores en la vigilancia del uso.

¿Para qué le sirve a las DO?

Proporciona la normativa para registrar una DO y el seguimiento necesario para evitar el uso indebido.

¿Con qué fin se consulta?

Se consulta para realizar el registro de la DO ante la SIC y como guía para la administración.

Normativa #4

Decreto 1074 de 2015 – Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo. Compendio de normas que incluye disposiciones sobre propiedad industrial y DO en Colombia.



Aspectos clave

Detalla los procedimientos administrativos para la solicitud y renovación de DO, el rol de la SIC en su protección, y la forma de garantizar el cumplimiento de las disposiciones.

¿Para qué le sirve a las DO?

Aclara los procedimientos administrativos que se deben seguir para mantener la DO registrada y en cumplimiento.

¿Con qué fin se consulta?

Se consulta para los procedimientos administrativos de renovación y supervisión de las DO.

Normativa #5

Ley 256 de 1996 – Competencia Desleal. Ley que protege a las DO frente a actos de competencia desleal, como el uso indebido de un nombre protegido por una DO.



Aspectos clave

Establece medidas para proteger la autenticidad de las DO frente al uso fraudulento de nombres.

¿Para qué le sirve a las DO?

Protege las DO contra el uso no autorizado de sus nombres, asegurando la identidad y reputación del producto.

¿Con qué fin se consulta?

Se consulta para acciones legales contra el uso indebido o fraude de la DO en el mercado.

Normativa #6

Conceptos de la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC). Orientaciones legales emitidas por la SIC para aplicar las normativas sobre DO en casos específicos.



Aspectos clave

Proporcionan soluciones prácticas para los comités administradores y comunidades productoras sobre la correcta gestión de las DO.

¿Para qué le sirve a las DO?

Sirven para aclarar la interpretación y aplicación de la normativa vigente en situaciones específicas que afectan a las DO.

¿Con qué fin se consulta?

Se consulta cuando surgen dudas sobre la aplicación práctica de la normativa vigente sobre DO.

Importancia para las comunidades

Conocer este marco normativo es fundamental para que las comunidades y productores asociados a una DO puedan gestionar de manera efectiva sus derechos y proteger el valor único de sus productos. Además, el cumplimiento de estas normativas garantiza que las DO puedan acceder a mercados nacionales e internacionales, fortaleciendo su reputación y sostenibilidad a largo plazo.

4.3 Roles y responsabilidades legales del Comité Administrador de la Denominación de Origen (CADO)

El Comité Administrador de la Denominación de Origen es el órgano responsable de gestionar y proteger la DO, asegurando que su uso sea legítimo, que los productos bajo su protección cumplan con los estándares establecidos, y que se mantengan la reputación y el valor de la DO a nivel nacional e internacional. Las responsabilidades del CADO son fundamentales para el buen funcionamiento y la sostenibilidad de la DO. Estas responsabilidades están claramente definidas en la legislación colombiana y en las normativas internacionales, y deben ser cumplidas para garantizar la protección de los derechos colectivos de los productores y la valorización del producto.

El siguiente cuadro resume las principales responsabilidades y roles del CADO en la gestión de la DO:


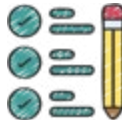
- ✓ **Gestión del uso legal de la DO.** Garantizar que el uso de la Denominación de Origen esté restringido a los productores que cumplan con los requisitos establecidos por la ley, asegurando que los productos tengan las características del origen geográfico y cualidades particulares.
- ✓ **Otorgamiento y renovación de autorizaciones de uso.** Evaluar y otorgar las autorizaciones de uso de la DO a los productores que cumplan con los requisitos, y gestionar las renovaciones conforme a los plazos establecidos.
- ✓ **Registro de usuarios autorizados** . Mantener un registro actualizado de los productores autorizados para utilizar la DO, con datos como identificación, calidad del producto, zona geográfica y prese.
- ✓ **Vigilancia y control del uso de la DO.** Supervisar el uso de la DO, garantizando que no haya uso indebido o fraudulento, y tomar medidas correctivas en caso de infracciones. Esto incluye acciones legales contra quienes usan la DO sin autorización.
- ✓ **Promoción y defensa de la DO.** Promover la DO a través de actividades de mercadeo, difusión y participación en eventos nacionales e internacionales. Defender la DO ante usos fraudulentos o apropiaciones indebidas, incluyendo la defensa legal cuando sea necesario.
- ✓ **Cumplimiento de normativas legales y regulatorias.** Garantizar que todas las actividades de gestión de la DO se ajusten a las leyes y normativas nacionales e internacionales.
- ✓ **Informe anual de gestión.** Presentar un informe anual ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), detallando actividades realizadas, solicitudes de autorización de uso atendidas, las acciones legales interpuestas y las estrategias de promoción implementadas.

Las funciones del CADO son esenciales para garantizar la correcta administración y protección de la Denominación de Origen. Este órgano tiene la responsabilidad de velar por el uso legítimo de la DO, asegurar su calidad y autenticidad, protegerla contra el uso fraudulento y promover su conocimiento y valorización. El cumplimiento de estas responsabilidades no solo asegura la integridad de la DO, sino que también contribuye a la sostenibilidad económica y cultural de las comunidades.

4.4 Herramientas jurídicas de un Comité Administrador de la Denominación de Origen (CADO)

En la gestión de una DO, las herramientas jurídicas desempeñan un papel fundamental para garantizar su protección, uso adecuado y promoción efectiva. El CADO es el encargado de implementar y velar por el cumplimiento de estas herramientas, que incluyen desde regulaciones internas, hasta acuerdos formales con productores y aliados estratégicos. A través de instrumentos jurídicos como los reglamentos internos, contratos de licencia de uso, registros de usuarios autorizados y acciones legales para defender la DO, el CADO asegura que la denominación sea utilizada de manera legítima, respetando las normativas nacionales e internacionales. Además, estos mecanismos jurídicos son clave para promover la DO en mercados nacionales e internacionales, protegiendo su reputación y fortaleciendo su poder.

A continuación, se muestra un cuadro con la información sobre las herramientas jurídicas de un CADO:

Herramienta jurídica	Función principal
 Reglamento de uso del CADO. Documento que establece las reglas de funcionamiento interno del CADO, definiendo roles, procedimientos y condiciones.	Organizar las actividades del CADO, establecer normas de operación y tomar decisiones claras y estructuradas.
 Formato de autorización de uso del sello de DO. Acuerdos legales entre el CADO y los productores para permitir el uso del sello de la DO en sus productos, bajo condiciones específicas.	Regular el uso del sello de la DO, asegurar que los productos cumplan con los estándares y condiciones de calidad.

Herramienta jurídica**Función principal****Actas y resoluciones del CADO.**

Documentos que registran las decisiones y acuerdos oficiales tomados por el CADO en sus reuniones.

Formalizar las decisiones tomadas por el CADO, como la autorización de uso del sello de la DO y las sanciones, garantizando su legalidad.

**Registro de usuarios Autorizados.**

Base de datos que contiene los detalles de los productores autorizados para usar el sello de la DO.

Garantizar la transparencia y legalidad en el uso del sello de la DO, facilitando la verificación de los usuarios autorizados.

**Instrumentos jurídicos de defensa y protección.** Herramientas legales para defender la DO.

Proteger la DO contra el uso fraudulento o inapropiado, incluyendo acciones legales y vigilancia en la Gaceta de Propiedad Industrial.

**Informes legales y regulatorios.**

Reportes periódicos que detallan las actividades del CADO, el cumplimiento de la normativa y la gestión de la DO.

Cumplir con las obligaciones regulatorias, garantizar transparencia y realizar un seguimiento de las acciones legales y de gestión.

**Acuerdos de cooperación y alianzas estratégicas.** Acuerdos con otras organizaciones, instituciones o entidades para fortalecer la gestión y promoción de la DO.

Establecer relaciones con aliados clave para el desarrollo y la promoción de la DO, buscando recursos y apoyo estratégico.

**Protección y promoción internacional.**

Estrategias legales para proteger la DO en mercados internacionales, incluyendo la inscripción en sistemas internacionales.

Ampliar la protección de la DO.

4.5 Documentación accesible

En el marco legal de las DO, la documentación accesible se refiere a la obligación de las entidades encargadas de la gestión de la DO, como el CADO, de garantizar que toda la información relevante sobre la DO sea transparente, pública y de fácil acceso.

El CADO tiene la responsabilidad de asegurar que los documentos clave relacionados con la gestión de la DO, como los registros de usuarios autorizados, los reglamentos de uso, las políticas de control de calidad, los informes de gestión y las resoluciones administrativas, estén disponibles de manera pública y clara. Esto no solo facilita la supervisión y el control por parte de las autoridades competentes, como la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), sino que también promueve la participación activa de los productores y otros actores relevantes, fortaleciendo el proceso asociativo.

Además, el CADO debe implementar herramientas de gestión documental que permitan almacenar, actualizar y consultar la información de manera eficiente, asegurando que todos los documentos estén al alcance de los miembros de la asociación, y de los interesados en el proceso de uso de la DO. La digitalización y la creación de plataformas de acceso público en línea, pueden ser opciones viables para facilitar este acceso, siempre que se garantice la seguridad y confidencialidad de los datos cuando sea necesario.

4.6 Verificación de relevancia y actualidad

La verificación de relevancia y actualidad en el contexto de las DO es un proceso fundamental para garantizar que las normativas, los acuerdos y las estructuras organizativas asociativas se mantengan alineados con las necesidades cambiantes del sector productivo, los intereses del mercado y las políticas públicas. Para asegurar la efectividad y la sostenibilidad de las Denominaciones de Origen, es crucial que tanto las normativas legales como las prácticas asociativas se ajusten a las realidades del entorno económico, social y cultural, y respondan adecuadamente a los desafíos y oportunidades emergentes.

4.6.1. Revisión periódica de la normativa legal



Las normativas que rigen las DO son objeto de una revisión periódica para verificar su relevancia, esto incluye la evaluación de la legislación nacional e internacional, así como de las políticas públicas que impactan la gestión de las DO. La relevancia de la normativa se evalúa considerando los siguientes aspectos:

- **Cambios en las condiciones del mercado:** La evolución de la demanda, las nuevas tendencias de consumo, y la apertura o restricción de mercados internacionales pueden requerir ajustes en las normativas y regulaciones de las DO.
- **Desarrollo tecnológico y científico:** Los avances en procesos de producción, calidad y trazabilidad pueden necesitar la adaptación de los marcos regulatorios para asegurar que las DO sigan siendo competitivas y sostenibles.
- **Impacto social y cultural:** El fortalecimiento de las prácticas de asociatividad y la protección de los derechos de los productores dentro de una DO pueden requerir modificaciones en las leyes que regulan las organizaciones de productores.

4.6.2. Evaluación de la estructura organizativa de la DO



Las formas organizativas de una DO deben ser evaluadas para asegurar que sean funcionales y efectivas en la gestión de los intereses de todos los actores involucrados, especialmente los pequeños y medianos productores; ésta evaluación debe considerar:

- **Representatividad de los productores:** Asegurar que los órganos de gobierno, como los CADO, cuenten con una estructura que garantice la participación equitativa de los productores, especialmente aquellos más vulnerables.
- **Capacidades técnicas y de gestión:** Evaluar si la estructura organizativa cuenta con la capacidad administrativa, técnica y financiera para gestionar adecuadamente las actividades de promoción, protección y certificación de la DO.
- **Sostenibilidad financiera:** Verificar que la organización disponga de un modelo de financiamiento sostenible que permita a la DO operar eficientemente, sin depender exclusivamente de fondos externos o ayudas puntuales.

4.6.3. Alineación con las tendencias internacionales



La globalización y la internacionalización de los mercados demandan que las DO estén alineadas con los estándares y normativas internacionales, como los acuerdos de la Organización Mundial del Comercio (OMC), las políticas de la Unión Europea en materia de Indicaciones Geográficas, y otros tratados bilaterales y multilaterales; en este sentido es clave que:

- **Se mantengan actualizadas las autorizaciones y controles:** Las DO deben verificar que sus métodos de autorización y control de calidad cumplan con las normativas internacionales, garantizando la competitividad en mercados globalizados.
- **Se adapten las estrategias de promoción internacional:** La relevancia de las DO también depende de su capacidad para posicionarse en mercados internacionales, esto implica revisar constantemente las estrategias de mercadeo, la participación en ferias internacionales y el establecimiento de alianzas con organizaciones de promoción comercial.

4.6.4. Revisión de la legislación nacional



A nivel nacional, la legislación relacionada con las DO debe adaptarse a los cambios políticos, sociales y económicos en Colombia, esto incluye:

- **Actualización de leyes y reglamentos:** Las leyes nacionales que regulan la producción, comercialización y protección de las DO se revisan de manera periódica para asegurar que estén actualizadas y aplicables a las realidades del mercado y a las condiciones locales.
- **Desarrollo de políticas públicas de apoyo:** Las DO deben estar alineadas con las políticas públicas de desarrollo rural, agroindustria y comercio exterior, por lo que es importante realizar una verificación constante de la adecuación de las políticas gubernamentales.

4.6.5. Mecanismos de consulta y participación



La verificación de la relevancia de las normativas y estructuras organizativas debe ser un proceso participativo, que involucre a los actores clave de las DO, incluidos los productores, los organismos certificadores, los entes gubernamentales y las entidades del sector privado. Establecer mecanismos de consulta periódica y participación activa en la toma de decisiones es esencial para:

- **Garantizar que las necesidades del sector sean escuchadas:** Los productores deben poder expresar sus preocupaciones y sugerencias para que las políticas y estrategias adoptadas por las DO se ajusten a sus realidades.
- **Actualizar los mecanismos de gobernanza:** Esto incluye asegurar que los órganos de gestión de las DO estén adecuadamente formados y empoderados para tomar decisiones que reflejen las necesidades actuales del sector.

4.6.6. Monitoreo y evaluación de impacto



Finalmente, la relevancia y actualidad de las DO deben ser verificadas mediante un sistema de monitoreo y evaluación continuo, este proceso debe incluir:

- **Revisión de indicadores de desempeño:** Evaluar el impacto de las DO sobre el desarrollo económico y social de las comunidades productoras, así como sobre la sostenibilidad ambiental.
- **Evaluación de la efectividad de las estrategias implementadas:** Medir si las estrategias de protección, promoción y comercialización de las DO están alcanzando los objetivos previstos.

Resumen verificación de relevancia y actualidad:

- 1 Revisión periódica de la normativa legal** ▶ Evaluar la legislación nacional e internacional relacionada con las DO, teniendo en cuenta cambios en el mercado, avances tecnológicos y el impacto social y cultural.
- 2 Evaluación de la estructura organizativa de la DO** ▶ Verificar la efectividad de la organización y gestión de la DO, asegurando la representatividad de los productores, la capacidad técnica y administrativa, y la sostenibilidad financiera.
- 3 Alineación con las tendencias internacionales** ▶ Garantizar que la DO cumpla con las normativas internacionales y esté alineada con los acuerdos globales para mantener la competitividad y promover sus productos en mercados internacionales.
- 4 Revisión de la legislación nacional** ▶ Asegurar que la legislación y las políticas públicas nacionales sobre DO se mantengan actualizadas y sean aplicables a las condiciones del mercado y las necesidades del sector.
- 5 Mecanismos de consulta y participación** ▶ Fomentar la participación activa de todos los actores clave en la toma de decisiones, asegurando que las políticas y estrategias se ajusten a las necesidades reales de los productores.
- 6 Monitoreo y evaluación de impacto** ▶ Implementar un sistema de monitoreo y evaluación para medir el impacto económico, social y ambiental de la DO, y la efectividad de las estrategias adoptadas.



4.7 Caso ilustrativo: DO Cerámica de El Carmen de Viboral

Acciones legales implementadas que protegieron una DO

La **Cerámica de El Carmen de Viboral** es una de las DO más representativas de Colombia, conocida por su tradición en la producción artesanal de cerámica pintada a mano bajo esmalte. A lo largo de su historia, esta DO ha enfrentado varios retos legales, y la gestión legal implementada ha jugado un papel crucial en su protección y consolidación.

Las **acciones legales** que se han llevado a cabo para proteger esta DO han sido fundamentales para salvaguardar su identidad, calidad y valor en el mercado, asegurando que solo los productores establecidos en el municipio de El Carmen de Viboral puedan hacer uso del sello de DO.

Escanea el código QR para ver el **Caso ilustrativo internacional: DO Cerámica de El Carmen de Viboral**



*Cerámica de
El Carmen de
Viboral*



El Carmen de Viboral
Imagen: Artesanías de Colombia

CAPÍTULO 05



Estrategias para la gestión y movilización de recursos: Fondos comunes y apoyo externo

En la gestión de una Denominación de Origen (DO), contar con un adecuado soporte financiero es esencial para la sostenibilidad y el desarrollo de las actividades asociativas. Las estrategias de financiamiento combinan dos fuentes principales: autogestión interna y gestión externa de recursos. Este enfoque permite garantizar tanto la operación básica como el crecimiento a través de la inversión en proyectos estratégicos.

5.1 Fuentes de financiamiento de los fondos comunes

5.1.1 Autogestión interna: Cuotas de afiliación, sostenimiento y aportes sociales

La autogestión es el pilar inicial para la creación de los fondos. Se financia a través de las contribuciones de los asociados, quienes aportan mediante cuotas de afiliación, sostenimiento y aportes sociales.

Ejemplo:

Cuotas anuales destinadas al mantenimiento de oficinas administrativas o al financiamiento de actividades de capacitación interna.

5.1.2 Gestión externa de recursos: Apoyo gubernamental y otras fuentes

Una vez consolidados los fondos iniciales mediante la autogestión, se pueden complementar con recursos externos provenientes de:

- **Entidades gubernamentales:** Apoyos financieros de alcaldías, gobernaciones y ministerios, a través de proyectos específicos.
- **Organismos internacionales y ONG:** Fondos para fortalecimiento de capacidades, innovación y preservación cultural.

Ejemplo:

Financiamiento de un proyecto de promoción regional a través de una convocatoria del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

5.2 Opciones adicionales: Financiamiento vía crédito

Para fortalecer las capacidades financieras, se sugiere explorar el acceso a crédito como complemento de las fuentes mencionadas. Se recomienda priorizar estructuras financieras solidarias y públicas por su coherencia y afinidad con los objetivos de las DO. Estas opciones incluyen:

1. **Cooperativas financieras y de ahorro y crédito:** Organizaciones solidarias que ofrecen condiciones favorables para las comunidades rurales.

Ejemplo:

Financiamiento otorgado por una cooperativa local para la adquisición de equipos de producción.

2. **Banco Agrario:** Entidad estatal diseñada para promover el desarrollo rural y productivo.

Ejemplo:

Línea de crédito para proyectos agrícolas asociados a la DO.

3. **Banca tradicional:** En caso de no ser viable con las opciones anteriores, se puede recurrir a instituciones bancarias tradicionales que ofrezcan líneas específicas para emprendimientos productivos.

Ejemplo:

Crédito comercial para modernización de infraestructura.

Es importante evaluar cuidadosamente las condiciones de cada opción y considerar la capacidad de pago de la organización antes de adquirir compromisos crediticios.

5.3 Creación y gestión de los fondos comunes

El establecimiento de fondos comunes permite a los miembros de la DO contar con una base económica para cubrir necesidades internas y proyectos de desarrollo. Estos se clasifican en tres categorías principales:

- **Fondos administrativos:** Recursos para la gestión y operación de la DO, como salarios, infraestructura y materiales.

Ejemplo:

Compra de insumos administrativos para el Comité Administrador.

- **Fondos sociales:** Apoyo al bienestar y la cohesión de los asociados, incluyendo capacitación, becas y seguros.

Ejemplo:

Creación de un fondo para emergencias sanitarias.

- **Fondos comunes:** Financiamiento de proyectos colectivos, como campañas de promoción, ferias comerciales, e innovación.

Ejemplo:

Organización de un evento para promocionar los productos con DO en mercados internacionales.

Para garantizar la transparencia en el uso de estos fondos, se deben establecer políticas claras de rendición de cuentas y mecanismos de control interno.

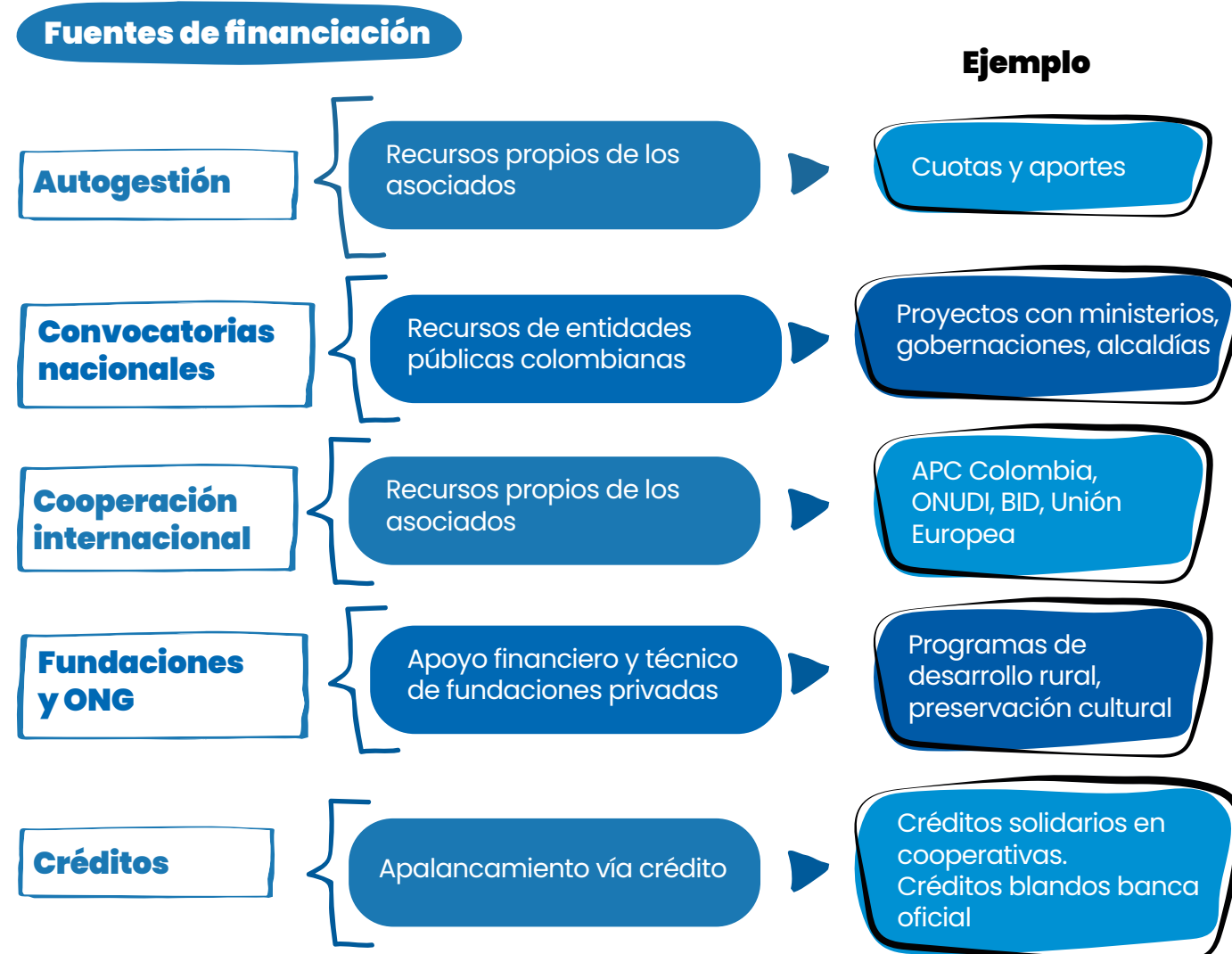
5.4 Movilización de recursos externos

Además de las fuentes internas, las DO pueden buscar recursos externos a través de:

- **Convocatorias nacionales en Colombia:** Programas del Ministerio de Agricultura, Desarrollo Rural y otras entidades públicas.
- **Organismos internacionales y ONG:** Programas de cooperación gestionados por APC Colombia, ONUDI, BID y la Unión Europea.
- **Relaciones estratégicas:** Es crucial construir relaciones sólidas con las entidades cooperantes, establecer proyectos que se alineen con sus objetivos, y mantener una comunicación constante para asegurar la sostenibilidad del apoyo.



Resumen de estrategias de financiamiento:



06

Glosario



1. Implementación del proyecto asociativo

► Asociatividad

El proceso de agrupar a productores u otros actores bajo una estructura común con el objetivo de optimizar la gestión de la Denominación de Origen, generar economías de escala y fortalecer su presencia en el mercado.

► Modelo de gestión asociativa

Estrategia organizativa que establece las bases para la colaboración entre los miembros de una Denominación de Origen, definiendo roles, responsabilidades y objetivos compartidos.

► Plan de acción

Documento estratégico que define los pasos a seguir para implementar el proyecto asociativo, estableciendo metas, recursos necesarios, cronograma de actividades y responsables de su ejecución.

► Sostenibilidad organizacional

Capacidad de la organización asociativa para mantenerse activa, operativa y financiera a lo largo del tiempo, a través de su estructura de gestión, su capacidad de movilizar recursos y su resiliencia frente a cambios externos.

► Gobernanza

Sistema de dirección y control de la organización asociativa, que incluye la toma de decisiones, la distribución de poder entre los miembros y la rendición de cuentas.

2. Comité Administrador de la Denominación de Origen (CADO)

► CADO (Comité Administrador de la Denominación de Origen)

Entidad encargada de la gestión, supervisión y control de la Denominación de Origen, incluyendo la implementación de sus políticas, la verificación de los estándares de calidad y la protección de la identidad del producto.

► Reglamento interno

Normativa interna establecida por el CADO para regular el funcionamiento de la organización, las relaciones entre los miembros, y las reglas para la certificación de los productos.

► Sello de la DO

Marca distintiva que certifica que un producto proviene de una región específica y cumple con los estándares de calidad definidos para esa Denominación de Origen.

► Representación legal

Facultad del CADO para actuar como representante de los intereses de los productores ante entidades gubernamentales, comerciales y otros actores del mercado.

3. Mercadeo de la denominación de origen

► Posicionamiento de marca

Estrategia de mercadeo que busca establecer una percepción favorable y única sobre la Denominación de Origen en la mente de los consumidores, basada en sus atributos diferenciadores.

► Estrategias de promoción

Acciones dirigidas a aumentar el conocimiento y la demanda de los productos bajo la Denominación de Origen, tanto en mercados nacionales como internacionales, utilizando diversas herramientas de comunicación y mercadeo.

► Canales de distribución

Red de intermediarios y plataformas a través de las cuales los productos con Denominación de Origen llegan al consumidor final, incluyendo distribución tradicional y comercio en línea.

► Mercadeo digital

Uso de plataformas en línea, redes sociales y otras herramientas digitales para promover productos con Denominación de Origen, aumentar su visibilidad y captar nuevos mercados.

► Promoción en punto de venta

Estrategias de mercadeo que se aplican en los lugares donde los consumidores compran productos, como supermercados, tiendas especializadas y mercados locales, para incrementar la demanda de productos con DO.

4. Marco legal de las formas organizativas y de las Denominaciones de Origen

► Normativa de la DO

Conjunto de leyes, reglamentos y regulaciones que establecen las bases para la creación, gestión, y protección de las Denominaciones de Origen, asegurando que los productos cumplan con los estándares de calidad y autenticidad.

► Ley de propiedad intelectual

Legislación que protege los derechos sobre la Denominación de Origen como un bien intangible, garantizando su uso exclusivo y evitando su apropiación indebida por terceros.

► Reglamento de uso de la DO

Documento legal que define los requisitos, procedimientos y condiciones bajo los cuales los productores pueden utilizar el nombre de la Denominación de Origen en sus productos, así como las sanciones en caso de incumplimiento.

► Protección internacional de la DO

Conjunto de acuerdos y mecanismos legales que permiten a las Denominaciones de Origen ser reconocidas y protegidas en mercados internacionales, como los establecidos por la Organización Mundial del Comercio (OMC) y acuerdos bilaterales entre países.

► Subvenciones y financiamiento público

Fondos otorgados por entidades gubernamentales o internacionales para apoyar proyectos relacionados con la mejora de la competitividad y el desarrollo de las Denominaciones de Origen, como parte de políticas de desarrollo rural o de comercio.

► Inversiones privadas

Recursos proporcionados por empresas privadas o inversores que buscan apoyar iniciativas de desarrollo de la Denominación de Origen a cambio de un beneficio a largo plazo, generalmente relacionado con la comercialización de los productos.

5. Estrategias para la gestión y movilización de recursos: fondos comunes y apoyo externo

► Fondos comunes

Recursos financieros generados por los miembros de una Denominación de Origen para financiar actividades comunes, tales como promoción, investigación y desarrollo, y capacitación.

► Apoyo externo

Recursos o asistencia proporcionados por entidades ajenas a la organización asociativa, como organismos gubernamentales, ONGs, o instituciones financieras, para apoyar el desarrollo de la Denominación de Origen.

► Gestión de recursos

Proceso mediante el cual el CADO administra y distribuye los recursos financieros y humanos para ejecutar las actividades del proyecto asociativo, asegurando la eficacia y eficiencia en su uso.

► Sostenibilidad financiera

Capacidad del CADO de generar ingresos suficientes para cubrir sus gastos operativos y asegurar el desarrollo a largo plazo de la Denominación de Origen, diversificando sus fuentes de financiamiento.

CAPÍTULO 07

Caja de herramientas



La Caja de Herramientas incluida en esta Guía de Asociatividad para la Gestión de Denominaciones de Origen está diseñada como un recurso práctico y accesible para facilitar la implementación de estrategias asociativas y la gestión de las Denominaciones de Origen (DO). A través de esta sección, los usuarios podrán acceder a una serie de enlaces que dirigen a preformas, documentos técnicos y leyes pertinentes, que servirán de consulta y guía para el desarrollo y fortalecimiento de las DO. Estos materiales están cuidadosamente seleccionados para proporcionar herramientas jurídicas, operativas y normativas que apoyen la adecuada gestión de los procesos asociados a las DO, promoviendo la comprensión y aplicación efectiva de los principios de asociatividad en el ámbito específico de cada región.

Escanea el código QR
para acceder a **la caja de
herramientas**



 Escanea el código





Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Embajada de Suiza en Colombia
Cooperación Económica y Desarrollo (SECO)



IGE | IPI

Swiss Federal Institute
of Intellectual Property

