



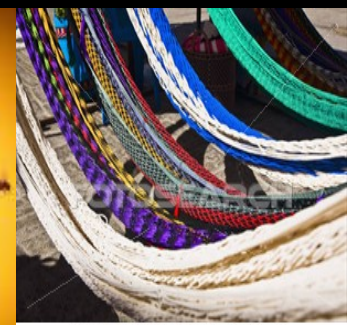
Las indicaciones geográficas (IG'S)



“Retos y perspectivas para México” Veracruz, 2009



PRO
ORIGEN



Antecedentes de Leyes

- 1942** Primera referencia sobre Denominaciones de Origen
- 1973** Procedimiento para su protección
- 1976** Posibilidad de iniciar trámite de protección a instancia de parte o de Oficio. Nuevas obligaciones para el usuario
- 1991** Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial. Primera referencia de marcas colectivas.
- 1994** Ley de la Propiedad Industrial.- Marco legal vigente para la protección de las Denominaciones de Origen y marcas colectivas

Denominación de origen (Art. 156 LPI)

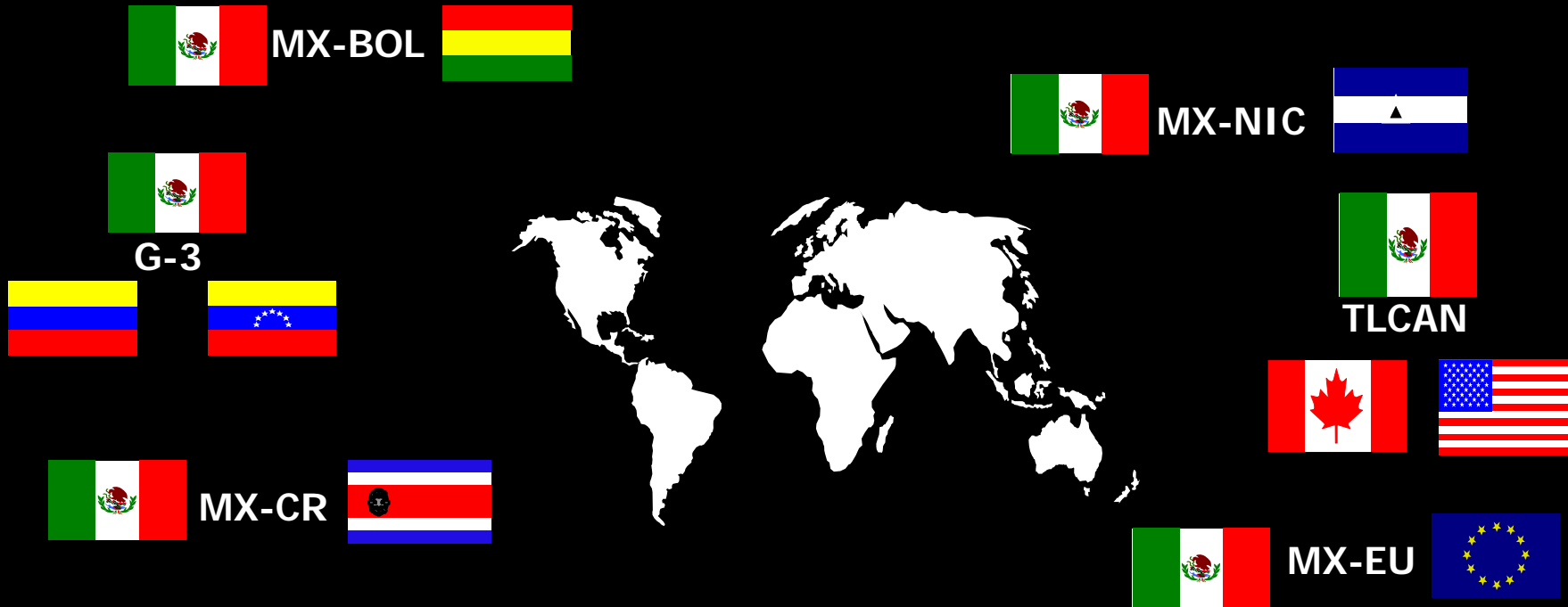
“Se entiende por denominación de origen, el nombre de una región geográfica del país que sirva para designar un producto originario de la misma, y cuya calidad o características se deban exclusivamente al medio geográfico, comprendiendo en este los factores naturales y humanos”.

Marcas colectivas (Art. 96 LPI)

“Las asociaciones o sociedades de productores, fabricantes, comerciantes o prestadores de servicios, legalmente constituidas, podrán solicitar el registro de marca colectiva para distinguir, en el mercado, los productos o servicios de sus miembros respecto de los productos o servicios de terceros”.

Tratados y Acuerdos:

Convenio de Paris Arreglo de Lisboa



❖ México-Bolivia (Singani Boliviano, Quinoa Real).

❖ México- Canada y EUA.
Tequila, Mezcal, Kentucky bourbon y Canadian whiskey.

❖ México-Chile (Pisco, Pajarete, Vino asoleado).

❖ México-Japón (Kuma, Iky, Ryukyu)

❖ México-Israel (Naranjas Jaffa-Jaffas).

❖ México-UE.
(Bebidas espirituosas, Tequila, Mezcal).

Escenario actual 2009

IG'S en México

DENOMINACIONES DE ORIGEN

13 D'OS de 1970-2009 (39 años)

Tequila

Olinalá

Mezcal

Bacanora

Charanda

Sotol

Talavera

Ámbar de Chiapas

Café Veracruz

Café Chiapas

Mango Ataulfo del Soconusco

Chiapas

Chile Habanero de Yucatán

Vainilla de Papantla

MARCAS COLECTIVAS

(2000-2009)

40 marcas, 90% para
artesanías.

Productos que tienen Denominación de Origen en México.

- **Tequila.** Jalisco, Nayarit, Guanajuato, Michoacán y Tamaulipas (1974)
- **Mezcal.** Guerrero, Oaxaca, Durango, Zacatecas y San Luis Potosí (1994)
- **Olinalá.** Guerrero (1994)
- **Talavera.** Puebla y municipios de Tlaxcala (1995)
- **Bacanora.** Sonora (2000)
- **Ámbar de Chiapas .** Chiapas (2000)
- **Café de Veracruz.** Veracruz (2000)
- **Sotol .** Chihuahua, Coahuila y Durango (2001)
- **Charanda.** Michoacán (2001)
- **Café Chiapas.** Chiapas (2001)
- **Mango Ataulfo del Soconusco.** Chiapas (2003)
- **Chile Habanero de Yucatán.** Yucatán, Quintana Roo, Campeche (2008)
- **Vainilla de Papantla.** Municipios Veracruz, Puebla (2009)

MARCA COLECTIVA	PRODUCTO	ESTADO
Calidad nuevo león	Carne de bovino y cerdo	Nuevo León
Naranja Montemorelos	Naranja	Nuevo León
Raicilla de Jalisco	Bebida alcohólica	Jalisco
Tradición agrícola Morelos y diseño	Arroz	Morelos
Licor de henequén peninsular	Licor a base de henequén	Yucatán
Temoaya	Tapetes anudados a mano	Estado de México
Piteado de Colotlán	Artesanía	Jalisco
Chile Habanero de Yucatán	Chile y derivados industriales	Yucatán
Rebozo de Santa María del río	Rebozo artesanal	Michoacán
Tropicao	Cacao	Tabasco
Cotija región de origen	Queso	Michoacán
Queso bola de Ocosingo	Queso	Chiapas
Maque de Michoacán Región de Origen	Artesanía	Michoacán
Cobre martillado de Santa Clara del Cobre	Artesanía	Michoacán
Pasta de caña de maíz de J'atzingueni	Artesanía	Michoacán
Guitarra de Paracho y diseño	Artesanía	Michoacán
ACVY y Diseño	Carne de venado, cuero y piel	Península de Yucatán, Chiapa
Avo Mich y diseño	Aguacate	Michoacán
Diablitos de Ocumicho Región de Origen	Artesanía	Michoacán
Piñas de barro de San José de Gracia	Artesanía	Michoacán
Alfarería de Patamban	Artesanía	Michoacán
Ollas de Zipiajo	Artesanía	Michoacán
Rebozos de Aranza	Artesanía	Michoacán
Deshilados de San Felipe de los Herreros	Artesanía	Michoacán
Cantera de Morelia	Artesanía	Michoacán
Bordados de Santa Cruz de TzinTzuntzan	Artesanía	Michoacán
Alfarería tradicional de Capula	Artesanía	Michoacán
Catrinás de barro de Capula	Artesanía	Michoacán
Alfarería punteada de Capula	Artesanía	Michoacán
Laca perfilada en oro de Pátzcuaro	Artesanía	Michoacán
Ollas de Cocucho	Artesanía	Michoacán
Manta artesanal de Pátzcuaro	Artesanía	Michoacán
Tejido artesanal de Angahuan	Artesanía	Michoacán
Tejido artesanal de Cuanajo	Artesanía	Michoacán
Mueble artesanal de Cuanajo	Artesanía	Michoacán
Bordado y tejido artesanal de Tarecuato	Artesanía	Michoacán
Tejido artesanal de Turicato	Artesanía	Michoacán
Alfarería de Zinapécuaro	Artesanía	Michoacán
Huanengo bordado de Cocucho	Artesanía	Michoacán
Frutguay	Guayaba	Aguascalientes

¿Cómo agrego valor al producto?

Los productos se venden genéricos, básicos y sin diferencia alguna son “commodities”

Formas para dar valor añadido o agregado:

- Marketing
- Procesos industriales
- **Diferenciación por su origen**

México no ha explotado, ni agregado esas formas de dar valor a los productos mexicanos

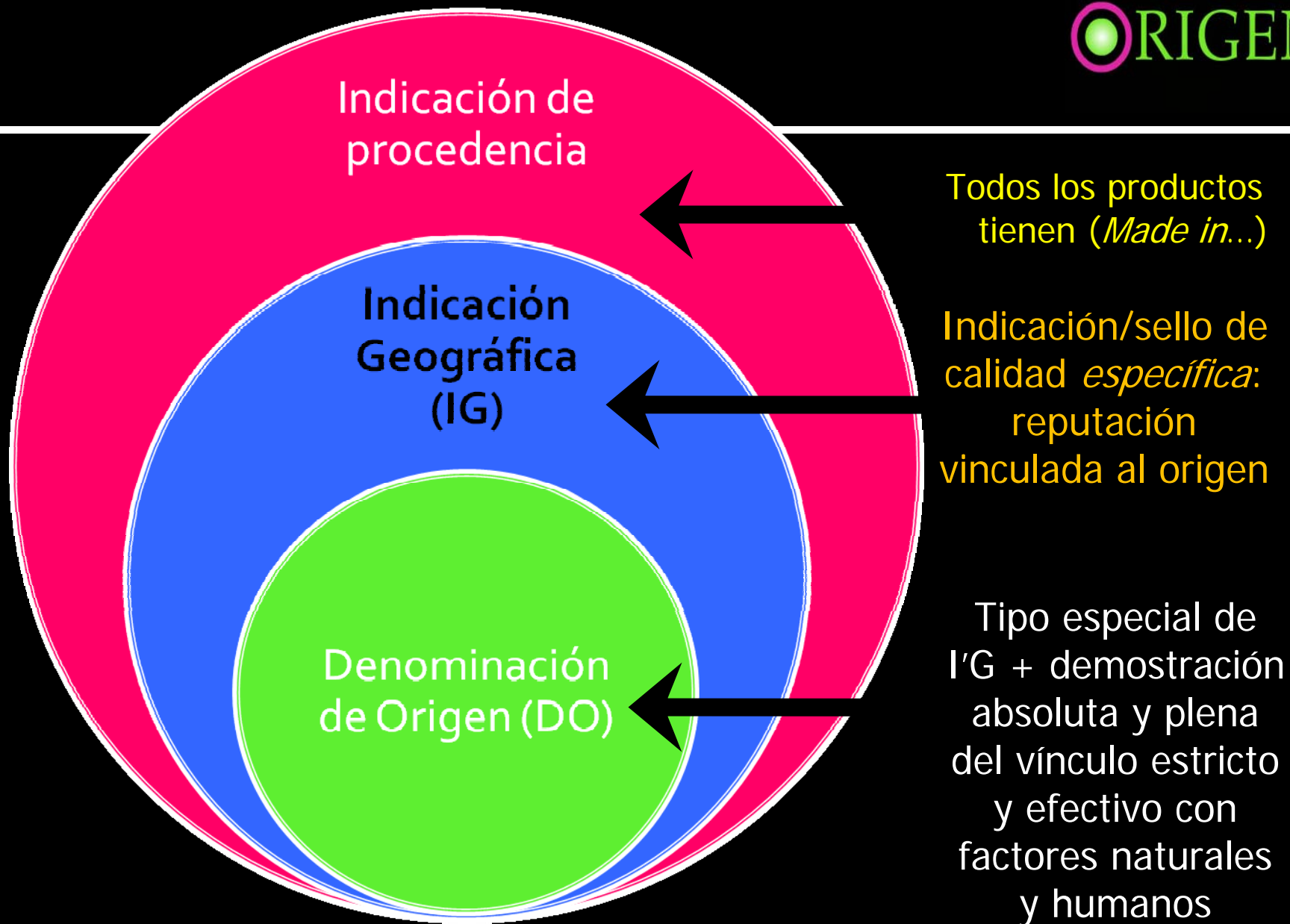
¿Qué son las IG'S?

“Las indicaciones geográficas son las que identifiquen un producto como originario de un territorio o de una región o localidad de ese territorio, **cuando determinada calidad, reputación, u otra característica del producto** sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico”.

ADPIC: Acuerdo sobre los **Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio**, Arts. 23, 24 y 25. Anexo 1 -c del Acuerdo de **la Organización Mundial del Comercio (OMC)**. Sede Marrakech **1995, entró en vigor en México en el 2000.**

(**TRIPS** - Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights).

Promoción de IG= Estrategia efectiva para la diferenciación



El mundo aprovecha tendencia de productos con IG'S

Impactos de las IG'S

Exportaciones Anuales

Francia	19 mil millones de Euros
Italia	6 mil millones de Euros
España	3.5 mil millones de Euros

40 % de los consumidores dispuestos a pagar 10% más en la UE.

Fuente: Comisión Europea 2003.

China. Su durazno en cuanto se vende con IG sube de 1.5 A 4.5 Yuanes.

Fuente: Symposium de IG'S. OMPI. Beijing, 2007.

India .Exportaciones sólo de arroz basmati (350 millones de dólares).

Fuente: (IPT5 report 2005).

Australia:

Desde que sus vinos tienen IG han pasado de exportar 5000 cajas al Reino Unido en 1986 al millón de cajas en 1994.

Fuente: Symposium de IG'S. OMPI. Mérida, 2003 .

Países más avanzados:

- Unión Europea

Nuevos jugadores:

- China
- India

Uso creciente en el mundo

■ Unión Europea

Vinos, Jamones, Carnes, Panes, Quesos, Aceites, Miel.(2,000 IG'S).

■ China

Té Long Jin, Maotai, alcohol amarillo de arroz de Shaoxin, durazno de Pinggu, jamón de Xuan Wei. (300, 1'GS al 2008).

■ Corea del Sur

Boseong Green Tea, Hadong Green Tea, Gochang Bokbunja (raspberry Liquor). (100 en trámite).

■ India

Arroz basmati.

Té Darjeeling.



Con diversidad cultural, geográfica y biológica líder a nivel mundial, México no aprovecha su potencial de IG'S

Se identificaron 653 productos potenciales .

55 .1% son del tipo agroalimentario-agroindustrial, 18.3 % artesanales y 26.4% de varios (platillos , dulces típicos, materiales, minerales, y flores)

Cfr. Las Marcas y las IGs, una magia de identidad, E. Rodríguez, Editorial Porrúa, en imprenta.

- D'OS. 3.36% IG'S 19.7%
- D'OS. 3.06% IG'S 16.53%
- D'OS. 3.36% IG'S 28.02.%
- D'OS. 3.98%IG'S 23.27.%

Productos Mexicanos

- Productos que ya cuentan con mercados nacional, de exportación o aquellos que ya tienen incorporado un cierto grado de tecnología desarrollada.
 - a) Aguacate de Michoacán
 - b) Queso Cotija de Michoacán
 - c) Rebozo de Santa María (San Luis Potosí)
 - d) Queso de poro de Balancán
 - e) Artesanía de Minitán
 - f) Guayabera de Yucatán
 - g) Productos Veracruz (puros, miel, limón, queso)
 - i) Miel
 - j) Langosta de la Reserva de Sian Ka'an



Retos -Oportunidades

- Implementar una política pública.
- Impulsar reformas legales (Figuras Ad-Hoc y protección otros países))
- Acelerar el aprovechamiento de recursos públicos .
- Explorar fuentes de financiamiento y coinversión
- Proméxico puede ser un vehículo de promoción de P.M. en el mundo .
- Los Gobiernos Extranjeros y Organismos Internacionales son vinculantes en promoción, defensa , promoción y programas de apoyo. (ONU , OMPI, FAO).

- ✓ Genera ingresos
- ✓ Inversión en innovación
- ✓ Generación de empleos
- ✓ Fomento a cultura de Identidad
- ✓ Incremento a volumen de ventas
- ✓ Freno a imitaciones e indicaciones falsas y engañosas

Cfr. OMPI, OMC, USPTO, ORIGIN, INAO, FAO, BID, UE, Suiza, Café Colombia, China, India, Corea del Sur, Australia, Chile, Industria del tequila, pisco, industria vitivinícola.

GRACIAS POR SU ATENCIÓN

ESPERANZA RODRÍGUEZ CISNEROS

LARENA, TREVILLA. FERNÁNDEZ Y
DE LA TORRE. S.C.

Bosque de Radiatas No.6 -501

Bosques de las Lomas

México, D.F.

Tel. (52) 55-21672500