

OMPI/GEO/MVD/01/6

ORIGINAL: Español

FECHA: 5 de noviembre de 2001



DIRECCIÓN NACIONAL DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL,
MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y MINERÍA
DEL URUGUAY



ORGANIZACIÓN MUNDIAL
DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

SIMPOSIO SOBRE LA PROTECCIÓN INTERNACIONAL DE LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS

organizado por
la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)

y
la Dirección Nacional de la Propiedad Industrial (DNPI),
Ministerio de Industria, Energía y Minería del Uruguay

Montevideo, 28 y 29 de noviembre de 2001

ALGUNOS APUNTES SOBRE LA PROTECCIÓN DE DENOMINACIONES DE ORIGEN
EN PAISES DE ECONOMÍAS EMERGENTES:
LA COMUNIDAD ANDINA

*documento preparado por Luis Alonso García Muñoz-Nájar
Jefe del Tribunal de Propiedad Intelectual del Instituto Nacional de Defensa de la
Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), Lima*

I. LA IMPORTACIÓN DE SISTEMAS DE PROTECCIÓN Y SUS LEYES

Es un hecho que el desarrollo más significativo de la cultura y la reglamentación técnica y legal de las Denominaciones de Origen proviene de Europa. Gislaine Legendre señala que “es muy antigua la costumbre de designar los productos con el nombre del lugar de su

fabricación o de su cosecha; por ejemplo, la Dinanderie, por el nombre de Dinant, en Bélgica, que dio sus cartas de nobleza al trabajo del latón en el siglo XII. El Roquefort, que adquirió su notoriedad bajo su nombre de origen desde el siglo XIV, y fue objeto de una Cédula Real acordada por Carlos V, llamado el Sabio, a los habitantes de Roquefort”¹.

En el transcurso histórico del desarrollo económico y comercial de la humanidad, su establecimiento físico en un lugar determinado, al igual que el de sus negocios o establecimientos (implantación local de las corporaciones), el aprovisionamiento de materias primas en los propios lugares de fabricación, generaron la necesidad a los artesanos de individualizar sus productos con marcas, generalmente formadas por los nombres geográficos del lugar de fabricación, y siendo dichas marcas con frecuencia propiedad del conjunto de fabricantes de un producto determinado de una misma ciudad o región.

Sin embargo, en esta evolución económica no sólo fue necesario individualizar y diferenciar productos, sino que fue necesario establecer mecanismos de protección y orden, que permita regular los conflictos entre, “aquellos que deseaban conservar un derecho adquirido gracias a las condiciones climáticas particulares, al tipo de suelos, a las formas de cultivar los productos o de fabricarlos y, por otra parte, aquellos que se esforzaban, sin razón ni derecho, para utilizar injustamente las denominaciones usurpadas a fin de sacar un provecho ilegítimo.”²

Es interesante conocer los primeros indicios de protección en el derecho español; un antecedente al respecto se encuentra en el Archivo Regional de Galicia, Legajo 26.362 n° 31 y está referido al Vino de Ribadavia de 1564:

“El vino de Ribadavia ha de ser de la viña de Ribadavia hasta la fuente San Clodio, de las partes siguientes: primeramente feligresía Sampayo, San Andrés de Camporredondo, Esposende, Pozoshermos, hasta llegar a la dicha fuente de San Clodio, toda la orilla del río Avia y de allí revolver abajo, Vieyte, Beade, etc.”.

“Otro sí porque de meterse vino en esta villa de partes donde no se hace bueno y ay daño e ynconbeniente porque debaxo de una cuba de buen vino benden a los mercaderes otro que no es tal, y los compradores después se allan engañados, y no es vino que se pueda cargar sobre el mar”³

La primera norma española que reguló la denominación de origen, fue el Estatuto del Vino, dictado mediante decreto del 8 de setiembre de 1932, elevado a Ley por la del 26 de mayo de 1933. En esta normativa se establece la institución del Consejo Regulador. Posteriormente, es dictada la Ley 25/1970 del 2 de diciembre de 1970, denominada “Estatuto de la Viña. Del Vino y de los Alcoholes”, y que hoy es el marco legal vigente para el tratamiento de las Denominaciones de Origen.

Este nuevo Estatuto trajo consigo, la creación de dos nuevas figuras de protección: denominaciones genéricas y específicas; la posibilidad de aplicar las denominaciones

¹ LEGENDRE Gislaine, “Las Apelaciones de Origen en Francia y el Instituto Nacional de Apelaciones de Origen (INAO)”, Primer Seminario Internacional de Denominaciones de Origen, Buenos Aires, 1995.

² Ibidem.

³ HERRERO Luis, “La protección de las Denominaciones de Origen en España. Seminario Nacional de la OMPI sobre la protección legal de las denominaciones de origen” OMPI/AO/LIM/97/3, Lima 1997.

reguladas por la Ley a otros productos distintos del Vino, y la creación del INDO, como Organismo Autónomo en el que se integraban los Consejos Reguladores y encargados del control y promoción de las denominaciones de origen, específicas y genéricas.

Por otra parte, es en Francia donde en el años 1300 se dieron las primeras disposiciones reglamentarias, que impedían dar a los vinos de una región otro nombre que no sea el de donde se produjo. En 1905 se adoptan las primeras normas legales que protegen a las Denominaciones de Origen y finalmente es mediante el Decreto Ley del 30 de julio de 1935 que se crea la “Denominación de Origen Controlada” y la institución encargada de su reglamentación y control, el Comité Nacional de los Vinos y Aguardientes, el mismo que en 1974 se convirtió en el INAO (Instituto Nacional de Apelaciones de Origen).

Bajo estas consideraciones históricas, podemos comprobar que países, como los nuestros, con menor experiencia en el desarrollo y promoción de indicaciones geográficas, deben importar, a veces por la fuerza otras voluntariamente, esquemas y sistemas legales de protección y reconocimiento. El éxito está en adoptar aquellos mecanismos legales y sobre todo experiencias prácticas, que sean lo suficientemente compatibles con la realidad propia de cada país y sobre todo con la apuesta de sus ciudadanos.

Estamos seguros que la única forma de que la Propiedad Intelectual, como sistema integral, se entienda y se respete, en países pobres, es logrando que dicho sistema se convierta en una herramienta para que el simple ciudadano o poblador pueda generar riqueza, en su beneficio y en beneficio de su colectividad.

El reto está en desarrollar en forma creativa e ingeniosa, mecanismos para incorporar a la Propiedad Intelectual en la vida cotidiana, y que el ciudadano lo perciba como una necesidad.

II. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA LEGISLACIÓN COMUNITARIA SOBRE DENOMINACIONES DE ORIGEN EN LA COMUNIDAD ANDINA

El tratamiento legal que la Comunidad Andina ha dispensado a la figura de las indicaciones geográficas, hasta el año de 1994, en que entró en vigencia la Decisión 344 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena, ha sido la de una “protección indirecta”, es decir a través de las disposiciones sobre marcas y normas de la competencia desleal.⁴

La Decisión 85⁵ de la Comisión del Acuerdo de Cartagena, Reglamento para la Aplicación de las Normas sobre Propiedad Industrial, establecía en su artículo 59 que “cuando la marca conste de una palabra de idioma extranjero o de un nombre geográfico deberá indicarse al pie de ella, en forma visible y claramente legible, el lugar de fabricación del producto”.

⁴ Es importante destacar que los países que forman parte de la Comunidad Andina, al margen del desarrollo legislativo comunitario, han tenido su propio desarrollo legislativo interno, en la protección de sus denominaciones de origen.

⁵ La Decisión 85 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena fue aprobada en el Decimotercer Periodo de Sesiones Extraordinarias de la Comisión (27 de mayo al 5 de junio de 1974). La Decisión no estuvo vigente para algunos Países Miembros que no la incorporaron en su legislación interna. En el caso del Perú, quedó aprobada mediante Decreto Ley 22532 del 15 de mayo de 1979.

En este mismo sentido, tanto la Decisión 311⁶ y la Decisión 313⁷, Régimen Común de Propiedad Industrial, también establecían disposiciones de carácter indirecto respecto a las indicaciones geográficas. Dentro de las prohibiciones absolutas contenidas en el artículo 72 de ésta última, su inciso j) establecía que no podrán registrarse como marcas los signos que reproduzcan o imiten una denominación de origen protegida, consistan en una indicación geográfica nacional o extranjera susceptible de inducir a error respecto a los productos o servicios a los cuales se aplique, que en su empleo puedan inducir al público a error con respecto al origen, procedencia, cualidades o características de los bienes para los cuales se usan las marcas.

Por otro lado, el artículo 75 establecía que cuando la marca conste de un nombre geográfico, no podrá comercializarse el producto, sin indicarse en éste, en forma visible y claramente legible, el lugar de fabricación del producto.

Con la entrada en vigencia de la Decisión 344⁸ de la Comisión del Acuerdo de Cartagena, la legislación comunitaria andina adopta un nuevo sistema de protección de las denominaciones de origen, estableciendo un sistema paralelo al de los signos distintivos.

En su capítulo VII, se concede derechos de exclusividad sobre denominaciones geográficas a las personas (naturales y jurídicas) establecidas en las zonas geográficas debidamente aprobadas. En este sentido, el artículo 130 de la Decisión disponía que “la utilización de denominaciones de origen con relación a los productos naturales, agrícolas, artesanales o industriales provenientes de los Países Miembros, queda reservada exclusivamente para los productores, fabricantes y artesanos que tengan sus establecimientos de producción o de fabricación en la localidad o región del país Miembro designada o evocada por dicha denominación”.

Este nuevo régimen legal trajo un sistema reconocimiento para las denominaciones de origen, así como un mecanismo para poder hacer uso de las mismas una vez declarado su reconocimiento.

Para el uso respectivo, se estableció la necesidad de contar de parte de la Autoridad Nacional Competente⁹, la correspondiente “autorización de uso”; quedando excluido dicho uso únicamente a quienes se dediquen a la extracción, producción o elaboración de los productos distinguidos por la denominación, además de realizar dicha actividad en el territorio determinado en la declaración de reconocimiento y además de cumplir con requisitos propios que establezca la Autoridad de cada País Miembro¹⁰.

⁶ La Decisión 311 fue publicada en la Gaceta Oficial el 12 de diciembre de 1991 y sustituyó a la Decisión 85. Tuvo una vida muy corta de tan sólo dos meses ya que fue sustituida por la Decisión 313.

⁷ Fue publicada en la Gaceta Oficial el 14 de febrero de 1992, sustituyendo a la Decisión 311.

⁸ La Decisión 344 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena entró en vigencia el 01 de enero de 1994, derogando a la Decisión 313.

⁹ Conforme disponía la Disposición Final Única de la Decisión 344, se entiende como Oficina Nacional Competente, al órgano administrativo encargado del registro de la Propiedad Industrial.

¹⁰ Por ejemplo, en el caso de la Denominación de Origen PISCO, los productores del aguardiente de uva pertenecientes a la zona delimitada, deben acreditar el cumplimiento de su producción de acuerdo a la Norma Técnica Peruana (NTP) 211.001

Finalmente, la Decisión 344 incorporó en su artículo 142¹¹, un importante mecanismo de protección de las denominaciones de origen nacionales por parte de los demás países de la Comunidad Andina.

Este mecanismo ha sido utilizado por el Perú para el reconocimiento y protección de su denominación de origen PISCO, habiendo obtenido pleno reconocimiento de parte de Ecuador, Bolivia, Venezuela y Colombia.

III. LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS Y LA NUEVA DECISIÓN 486 DE LA COMUNIDAD ANDINA

Siguiendo con el análisis de la evolución legislativa de los países de la Comunidad Andina, la Decisión 486¹² se constituye en el nuevo y vigente régimen común sobre propiedad industrial, que entró en vigencia el 01 de diciembre del 2000.

La nueva Decisión adopta el sistema por el cual se desdobra la categoría de las indicaciones geográficas¹³ en dos figuras jurídicas, las indicaciones de procedencia y las denominaciones de origen. Dicho sistema, como lo señala el profesor Manuel Arean Lalín¹⁴, es al que obedece tanto el Derecho francés como el Derecho español, desdoblamiento que también se ha proyectado en el plano internacional (Convenio de la Unión de París para la Protección de la Propiedad Industrial ADPIC, Reglamento (CEE) No.2081/92 del Consejo del 14 de julio de 1992).

Bajo estas consideraciones queda entendido que tanto las denominaciones de origen como las indicaciones de procedencia, son dos elementos de la propiedad industrial que se encuentran íntimamente relacionados y que juntos viene a ser designaciones geográficas que van a cumplir una función distintiva en el mercado.

La Decisión 486 considera, en su artículo 201, a las denominaciones de origen como *“una indicación geográfica constituida por la denominación de un país, de una región o de un lugar determinado, o constituida por una denominación que sin ser la de un país, una región o un lugar determinado se refiere a una zona geográfica determinada, utilizada para designar un producto originario de ellos y cuya calidad, reputación u otras características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce, incluidos los factores naturales y humanos”*.

¹¹ “Artículo 142.- Las oficinas nacionales competentes podrán declarar la protección de denominaciones de origen de países de la Subregión, cuando la solicitud la formulen sus productores, extractores, fabricantes o artesanos que tengan legítimo interés o las autoridades públicas de los mismos. En el caso de terceros países, las oficinas nacionales competentes podrán declarar la protección, siempre que ello esté previsto en algún convenio del cual el País Miembro sea parte, o cuando el tercer país le conceda reciprocidad de trato en la materia. Para solicitar dicha protección, las denominaciones de origen deben haber sido declaradas como tales en sus países de origen. Las denominaciones de origen protegidas en otros países no serán consideradas comunes o genéricas para distinguir algún producto, mientras subsista dicha protección”.

¹² La Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina sustituyó a la Decisión 344 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena.

¹³ El título XII de la Decisión 486 está referido a las Indicaciones Geográficas y sus Capítulos I y II, referidos a las Denominaciones de Origen e Indicaciones de Procedencia, respectivamente.

¹⁴ AREAN LALIN Manuel, “Definición y protección jurídica de las Indicaciones Geográficas”, Actas de Derecho Industrial (1991-1992)

El concepto de denominación de origen antes referido, es el mismo que rigió durante la vigencia de la anterior Decisión 344, el cual está inspirado en el artículo 2 del Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen.

Con relación al objeto protegido, en concordancia con el concepto de denominación de origen que trae la Decisión, queda entendido que sólo se va a reconocer a aquellos productos cuyas características se deban fundamentalmente o exclusivamente al medio geográfico con sus factores naturales y humanos, y cuya producción, transformación y elaboración se realicen dentro de la zona geográfica delimitada.

Frente a esta concepción naturalista,¹⁵ debe quedar claro que la normativa comunitaria andina no obliga a que sólo se utilice denominaciones de origen para designar productos que sean agrícolas o agropecuarios.

Ello queda corroborado con lo dispuesto en el artículo 212, en el que se señala que “la utilización de denominaciones de origen con relación a los *productos naturales, agrícolas, artesanales o industriales* provenientes de los Países Miembros, queda reservada exclusivamente para los *productores, fabricantes y artesanos* que tengan establecimientos de producción o de fabricación en la localidad o región del País Miembro designada o evocada por dicha denominación”.

El aspecto de la titularidad o “propiedad” de las denominaciones de origen constituye un aspecto de suma importancia para su propio desarrollo y promoción; así como de interés para los gobiernos de los países.

Expertos en la materia así como distintas legislaciones establecen que “...la denominación es un bien público, pertenece a la colectividad nacional o regional, según el caso, de manera inalienable e imprescriptible, y su salvaguardia suele corresponder a la autoridad pública o al Estado. La denominación de origen se considera parte del patrimonio nacional, por ende bajo el control del Estado.”¹⁶

Asimismo, en el caso del Perú¹⁷, el Decreto Legislativo 823 Ley de Propiedad Industrial, dispone en su artículo 218, que es el Estado Peruano el titular de las denominaciones de origen peruanas y sobre ellas se concede autorizaciones de uso. Dicha disposición, así como el sistema de autorización de uso, fueron tomados originalmente de la legislación mexicana.

¹⁵ Cfr. El Régimen Internacional de Protección de las Indicaciones Geográficas. Documento OMPI/AO/LIM/97/1. Lima 1997. La concepción naturalista privilegia los factores naturales del origen del producto, más que los factores humanos intervinientes en su producción.

¹⁶ Cfr. El Régimen Internacional de Protección de las Indicaciones Geográficas.(Nota14). Citando a R. Tinlot y a V.Game.

¹⁷ Es interesante conocer que la disposición legal por la que el Estado Peruano es dueño (propietario o titular) de las denominaciones de origen, ha tenido en el país algunas consideraciones de orden práctico y social. En efecto, en los países andinos los potenciales productos que podrían llevar denominación de origen, provienen usualmente de la tierra (productos agrícolas) o son elaborados o producidos por artesanos que muchas veces pertenecen a comunidades nativas o campesinas. Estos productos, sus actividades de producción o extracción, así como sus designaciones (nombre geográfico vs. producto) en algunos casos son ancestrales y milenarios. Todo ello implica que el poblador que sería el beneficiario de la denominación de origen, se niegue a solicitar autorización de uso de una denominación que considera suya y de sus ancestros, y no del Estado. Al respecto, ver *Caso CHIRIMOYA CUMBE*, Memoria 1992-1999 INDECOPI, Lima, Perú.

La Decisión 486 contempla un sistema por el cual, el nacimiento de una denominación de origen está dado por una “declaración de protección”, que es efectuada justamente por el Estado, a través de su oficina nacional competente.¹⁸ La declaración de protección podrá ser efectuada de oficio o a pedido de parte interesada, con legítimo interés.¹⁹

Una vez declarado el reconocimiento de la denominación de origen, opera la siguiente etapa dentro del proceso, que es el uso mismo de la denominación.

La autorización de uso de una denominación de origen protegida sólo podrá ser solicitada por las personas que:

- a) directamente se dediquen a la extracción, producción o elaboración de los productos distinguidos por la denominación de origen;
- b) realicen dicha actividad dentro de la zona geográfica delimitada según la declaración de protección; y,
- c) cumplan con otros requisitos establecidos por las oficinas nacionales competentes.

Un aspecto importante en el nuevo régimen andino en esta materia, ha sido la introducción de la facultad para que la administración del derecho de uso no sólo esté en manos de una entidad pública (oficina nacional competente), sino también pueda ser administrado por entidades privadas que representen a los beneficiarios de las denominaciones de origen, siempre que así lo establezcan las normativas nacionales.

Esta disposición constituye un adelanto significativo para el adecuado desarrollo de las denominaciones de origen en los países de la Comunidad Andina, ya que la participación privada constituye el factor primordial sobre el cual debe girar el sistema. La experiencia peruana, por ejemplo, permite demostrar que si no ha habido un avance importante en el desarrollo de nuevas denominaciones de origen, así como la adecuada y óptima administración de la única denominación de origen reconocida, el PISCO, se debe a la no participación del sector privado en el sistema.

Por otro lado, y con respecto al uso no autorizado de la denominación de origen, o casos de uso de indicaciones tales como género, tipo, imitación y otras similares que creen confusión en el consumidor, la norma andina ha considerado estos actos como infracción al derecho de propiedad industrial.

Finalmente, al igual que la anterior Decisión, y tal como se señaló anteriormente respecto al reconocimiento de denominaciones de origen no nacionales, la norma andina prevé lo siguiente:

¹⁸ Al igual que la anterior Decisión, la Decisión 486 establece en su artículo 273, Disposiciones Finales, que “...entiéndase como Oficina Nacional Competente, al órgano administrativo encargado del registro de la Propiedad Industrial...”.

¹⁹ Tendrán legítimo interés, “... las personas naturales o jurídicas que directamente se dediquen a la extracción, producción o elaboración del producto o los productos que se pretendan amparar con la denominación de origen, así como las asociaciones de productores. Las autoridades estatales, departamentales, provinciales o municipales también se considerarán interesadas, cuando se trate de denominaciones de origen de sus respectivas circunscripciones”.

a) Se podrá reconocer las denominaciones de origen protegidas en otro País Miembro, cuando la solicitud la formulen sus productores, extractores, fabricantes o artesanos que tengan legítimo interés o las autoridades públicas de los mismos. Para solicitar dicha protección, las denominaciones de origen deben haber sido declaradas como tales en sus países de origen.

b) Tratándose de denominaciones de origen o indicaciones geográficas protegidas en terceros países, las oficinas nacionales competentes podrán reconocer la protección, siempre que ello esté previsto en algún convenio del cual el País Miembro sea parte. Para solicitar dicha protección, las denominaciones de origen deben haber sido declaradas como tales en sus países de origen.

IV. EL DESPERTAR HACIA LA PROTECCIÓN DE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN

Si bien a nivel de la Comunidad Andina ha habido todo un desarrollo legislativo en materia de denominaciones de origen, ello no se condice con la realidad; pues en la actualidad sólo existen reconocidas a nivel nacional cuatras denominaciones de origen (PISCO, SINGANI, CHUAO, COCUY PECAYERO) y una denominación de origen a nivel comunitario (PISCO).

Si efectuamos un análisis de los motivos o causas podríamos encontrar información útil que puede servir para revertir esta situación, que al parecer no sólo es de los países de la Comunidad Andina, si no de muchos países de Latinoamérica:

a) Es necesario que nuestros países avancen de una economía en la que nos hemos concentrado en las “ventajas comparativas” (depósitos naturales, clima) a una de “ventaja competitiva de la prosperidad”, pues no son importantes los recursos que tenemos sino cómo es que los utilizamos, es decir que debemos hacer uso productivo de nuestros recursos²⁰.

b) A pesar de que los países andinos, somos una gran fuente generadora de recursos naturales, históricos y milenarios; con más de 2,000 topónimos sólo en la selva amazónica peruana; nos falta desarrollar estrategias basadas en la competitividad y en la cultura de la calidad. Las denominaciones de origen son excelentes aportes hacia éste cambio.

c) Existe una gran dependencia del sector privado respecto del Estado. Se debe reformular el rol del Estado. Rol Promotor.

d) El reconocimiento de denominaciones de origen no debiera sustentarse únicamente, como un medio de defensa contra la usurpación de nombres y reputación de productos originarios nuestros.²¹

²⁰ PORTER, Michael, “Construyendo un Peru competitivo: hacia una agenda nacional”

²¹ Al adquirir una reputación que sobrepasa las fronteras de su lugar de origen, dichos productos vienen enfrentándose a productos de imitación, a la usurpación de sus nombres e inclusive a la apropiación de su

[Sigue la nota en la página siguiente]

e) Antes de entrar a un sistema de denominaciones de origen, será necesario analizar previamente la capacidad “asociativa” del sector privado respectivo. Es necesario aprender a trabajar en colectividad. En algunos casos el uso de marcas colectivas puede ser de mucha utilidad.²²

f) La administración de las denominaciones de origen deben estar centrada en esquemas organizativos tipo “consejos reguladores” o asociaciones de productores, necesarios para la buena marcha del sistema. Participación directa de los beneficiarios, administración y supervisión “de lo nuestro”, preservar origen y calidad, homogeneizar el producto a través de normas propias, visión empresarial.

[Continuación de la nota de la página anterior]

propio origen. Teniendo en cuenta su naturaleza, las prácticas más usuales que tienen por objeto el mencionado aprovechamiento, están centradas directamente en el nombre de dichos productos. La experiencia reciente nos permite conocer que productos originarios del Perú son constantemente acechados por personas, que en el extranjero solicitan, y en algunos casos registran como marca los nombres de dichos productos con el propósito de su explotación exclusiva. En otros casos, se ha reconocido como denominación de origen extranjera denominaciones peruanas.

²² Cajamarca es un departamento del Perú que se ubica por encima de los 3000 metros sobre el nivel del mar. Por su ubicación geográfica y atributos naturales le ha permitido desarrollar una importante actividad productiva en base a su ganadería. Son famosos sus quesos, yogurt, manjar blanco, mantequilla, entre otros. El nombre Cajamarca está identificado con esta actividad. El problema que se presenta, es que ésta actividad productiva está en manos de pequeños agricultores y ganaderos sin visión empresarial. Sus productos son vendidos en la zona (ciudad), en mercadillos y a través de ambulantes. Sin embargo, muchos de los productos son de muy buena calidad y tiene una fama ganada. Esta fama ganada, está haciendo que productores de otras ciudades del país, utilicen el nombre de Cajamarca para comercializar productos, aprovechándose indebidamente de la reputación que tienen los productos de Cajamarca y en muchos casos desprestigiando el nombre, ya se tratan de productos de muy baja calidad. Luego de un trabajo intenso en la zona se logró la convocatoria de 80 productores de derivados lácteos cuyos objetivos comunes eran los siguientes:

Poder sacar el producto a Lima (mercado ideal) y comercializarlo en la principal cadena de distribución (Wong)

Algún día poder exportar

Preservar la calidad ligada al origen (Cajamarca) e impedir que otro se aprovechen del nombre.

La estrategia adoptada fue la de trabajar bajo el esquema de MARCA COLECTIVA. Finalmente, 37 productores registraron la Marca Colectiva, bajo una asociación de productores y están trabajando aspectos de marketing para su lanzamiento al mercado. Lo interesante es que ya perciben que la Propiedad Industrial les ha sido de mucha ayuda, ya que se han involucrado en el tema y la estrategia asumida los está obligando a trabajar en forma conjunta aspectos de calidad y homogenización del producto.

Las siguientes son las denominaciones de origen actualmente reconocidas y protegidas en los países de la Comunidad Andina:

El Pisco: Perú²³

Mediante Resolución Directoral No.072087 de fecha 12 de diciembre de 1990, la República del Perú, a través de su órgano competente el ITINTEC declaró que la denominación PISCO es una denominación de origen, para los productos obtenidos de la destilación de caldos, resultantes de la fermentación exclusiva de uva madura, elaborada en la costa de los departamentos de Lima, Ica Arequipa, Moquegua y los valles de Locumba, Sama y Caplina del Departamento de Tacna, conforme a las disposiciones de producción contenidas en la Norma Técnica Nacional 211.001.

“Pisco es una palabra quechua que ha dado nombre a un valle, nombre a un puerto y nombre al afamado aguardiente de uva del Perú. Hablar de PISCO es hablar de varias cosas, pero todas parten de lo mismo y alcanzan un final embriagador. El nombre “Pisco”, en la rica y sonora lengua de los Incas, significa ave. Sin embargo, aparte del etimológico, habría un camino histórico para llegar al topónimo. Cuando los Incas bajaron de la cordillera con sus ejércitos para sojuzgar la costa, lo hicieron siguiendo la ruta del cóndor-por Ticrapo o Hauytará- y ello los llevó a nominar el valle que se les iba mostrando con el nombre de Cuntur, esto es cóndor. El cóndor, pues, fue el “páxaro” gigante que dio el primer apelativo al valle. Perduró con él varios lustros, pero por alguna razón lingüística que identificaba al cóndor con el gran “páxaro” andino, los indios yungas del lugar, ya bastante quechuizados dieron en llamarlo “pisco”, haciendo el vocablo extensivo a las muchas aves terrestres y marinas de la región...”

“El Valle: Para entonces, estamos en 1620, el valle *pisqueño* era ya notable por sus viñas, ingenios de azúcar, granos-maíz y trigo- y frutas- melones, granadas, membrillos e higos-, sin contar el pescado, las tortugas de mar y los camarones de río. El rubro más importante, empero era el de la producción de vinos...”

“El Puerto ... entonces Pisco era sólo un poblado sin mayores pretensiones. Sin embargo, en 1687 un terremoto lo destruyó parcialmente, siguiéndose un maremoto que produjo la ruina total. Recién a raíz de esto fue que nació la nueva ciudad...El

²³ El PISCO ha tenido los siguientes reconocimientos internacionales, como denominación de origen peruana:

Bolivia, Resolución No.OPIB/D.O./001/98 de fecha 5 de enero de 1998.

Ecuador, Resolución No.0962384 de la Dirección Nacional de la Propiedad Industrial de Ecuador de fecha 15 de enero de 1998.

Colombia, Resolución No.01529 de la SIC de Colombia de fecha 01 de febrero de 1999.

Venezuela, Resolución No.0345 del SAPI, de fecha 8 de mayo de 1998.

Panamá, Edicto No 1628 por la Dirección General del Registro de la Propiedad Industrial, mediante la cual se dicta la Resolución No. 8871 del 27 de julio de 1999.

Guatemala, Resoluciones finales de fecha 12 de junio de 1998 dictadas por el Registro de la Propiedad Industrial.

Nicaragua, Resolución No.2911435 del Ministerio de Fomento, Industria y Comercio- Registro de la Propiedad Industrial e Intelectual de fecha 01 de septiembre de 1999.

Costa Rica, Registro No.114662 del Registro de la Propiedad Intelectual de fecha 02 de julio de 1999.

Cuba, Acuerdo entre los Gobiernos sobre mutuo reconocimiento, de fecha 10 de octubre del 2000.

Puerto a su vez estaba lleno de pataches y corchapines si no fragatas de tres palos, barcos todos que cumplían tres misiones: traer guano de las islas Ballestas y Chíncha, embarcar plata de las minas del interior y, de manera especialísima, transportar el rico vino del valle... El puerto de Pisco había descubierto su razón de ser: exportar botijas peruleras repletas con fragante jugo de sus uvas.

El Pisco. Fue este camino que la uva se abrió paso hasta brindar una nueva bebida. Significó un proceso que se cumplió poco a poco y que, a lo que se entiende, costó dos guerras a lo largo del siglo XVIII. Este nuevo producto fue el “pisco” peruano, engendrado, concebido y nacido en el Perú. Por eso es que antes del siglo XVIII no hay “pisco” en ningún otro lugar del globo.”²⁴

El Singani: Bolivia

Mediante Ley del 4 de Mayo de 1992, la República de Bolivia reconoce al SINGANI como Denominación de Origen, siendo éste un producto legítimo y exclusivo de la producción agroindustrial boliviana.

Se define como aguardiente obtenido por la destilación de vinos naturales de uva fresca producida, destilados y embotellados en las zonas de producción de origen.

“La historia del Singani se inicia durante la conquista española con los Misioneros Agustinos, pioneros de la viticultura boliviana entre 1550-1570. La elaboración de vino en Bolivia se inició por motivos religiosos en Mizque, Cochabamba, una de las pocas sedes arzobispales del Nuevo Mundo. Ya entrado el siglo XVI, se desarrollaron otras áreas de producción ubicadas en los valles del sur de Potosí. Potosí fue el punto focal para el intercambio de vinos elaborados por misioneros y españoles. El clima, la altura, el clima y otras características distintivas de Potosí llevaron al desarrollo y producción de bebidas con un mayor grado alcohólico. Estas bebidas fueron perfeccionadas a través de los años y tomaron el nombre de un pueblo de Potosí llamado Singani. Eso hace que el Singani sea una bebida genuinamente boliviana, distinto a cualquier otro en el mundo. El Singani moderno es un espíritu claro de 40° de alcohol, elaborado exclusivamente de uva Moscatel de Alejandría. El Valle Central de Tarija es único dentro de las regiones mundiales de cultivo de la viña. Si bien tiene algunas similitudes con otras regiones reconocidas en la elaboración de vinos, Bolivia, situada en el corazón de los Andes, es el segundo país más alto del mundo después de Nepal, haciendo que los viñedos de Bolivia sean los más altos del mundo. Pero la altura no es solamente un hecho notable, sino hace una diferencia real en nuestros productos. A 1700-2800 metros sobre el nivel del mar, la uva recibe rayos solares ultravioletas más intensos que en otras regiones donde se cultiva la uva. Esto hace que se desarrolle una mayor riqueza aromática en la fruta, llevando a un sabor y calidad distintivos en los vinos y Singanis bolivianos.”²⁵

²⁴ Tomado de José Antonio del Busto Duthurburu, Prólogo,” Crónicas y Relaciones que se refieren al origen y virtudes del PISCO”, Banco Latino, Lima, 1990.

²⁵ SINGANI, cuatrocientos años de experiencia: <http://www.casa-real.com/mainxsingani.html>

El Cacao de Chuao: Venezuela

Mediante Resolución No, 2006 de fecha 14 de noviembre del 2000, publicada en el Boletín de la Propiedad Industrial No.443, de fecha 21 de noviembre de 2000, la República de Venezuela, a través del Servicio Autónomo de la propiedad Intelectual - SAPI, reconoció al CHUAO como denominación de origen del cacao proveniente de la mencionada zona

“Chuao fue uno de los primeros poblados fundados en Venezuela a mediados de siglo XVI. Sus primeros habitantes, pertenecientes a la gran familia Caribe, fueron exterminados casi en su totalidad en los primeros años de la colonización española. No obstante dejaron un emporio testimonial arqueológico de su rica diversidad cultural adormecida como larga memoria en el subsuelo de esta región. Los otros grupos humanos, españoles, africanos y sus descendientes, unos como dominados y otros como dominantes, convergieron en el proceso de configuración económica, social y cultural de esta legendaria comunidad. Desde 1568, CHUAO fue enriqueciendo y sedimentando su patrimonio natural y cultural, representado hoy uno de los lugares con mayor especificidad en cuanto a la conformación de su perfil como comunidad única en el mundo.

El “ Milagro Chuao” o “el fenómeno Chuao”, radica en su hacienda cacaotera, en el se confunde la huella de un ayer esclavo con un presente, casi calcado al carbón en costumbres, creencias y tipología, como una cultura casi inmutable hasta hoy. Todavía se considera como productor del “mejor cacao del mundo”; y este es un título ganado y mantenido en el criterio mundial de la industria; no podemos separar a Chuao de su hacienda porque perdería su identidad. El pueblo gira alrededor de la Hacienda. Una pequeñísima parte de la producción de almendra se queda en Chuao; en su totalidad va a los mercados de Europa, donde se cotiza a un precio muy especial”.²⁶

El Cocuy Pecayero: Venezuela

Mediante Resolución No, 0287 de fecha 22 de mayo del 2001, publicada en el Boletín de la Propiedad Industrial No.445, tomo VI, de fecha 01 de junio de 2001, la República de Venezuela, a través del Servicio Autónomo de la propiedad Intelectual - SAPI, reconoció a la denominación COCUY PECAYERO como denominación de origen.

El COCUY es una bebida alcohólica tradicional proveniente del Agave Cocuy (Agave cocui Trelease)

²⁶ Los Pueblos de la Costa, CHUAO: <http://www.cacao.fundacite.arg.gov.ve/chuao.htm>

IV. LA GENERACIÓN DE VALOR COMO ESTRATEGIA PARA HACER COMPETITIVA ACTIVIDADES ECONÓMICAS EN PAÍSES DE ECONOMÍAS EMERGENTES

El empresario, sea pequeño, mediano o grande, debe tener en cuenta que ser competitivo consiste en desarrollar y mantener ventajas comparativas con respecto a la competencia, buscando siempre obtener una diferenciación ventajosa en los bienes que se producen o los servicios que se prestan, añadiéndoles a éstos más valor que los que tiene la competencia.

La competitividad de una empresa se basa en la elección de estrategias:

Competir por costos. Sólo es posible cuando se cuenta con una relación de precios favorable, un entorno competitivo ventajoso y un volumen adecuado.

Competir por diferenciación. Se debe escoger dónde y cómo competir en base a un análisis de sus capacidades frente a la competencia.

Sin embargo, el Perú al igual que países en desarrollo, es dependiente de factores básicos y sus empresas compiten principalmente con “commodities”, utilizando estrategias que se basan en ventajas, en cuanto a materias primas.

A pesar de ello, el empresario andino tiene excelentes posibilidades de competir en base a diferenciación por tipo de producto, por servicio, por capacidad de innovación u otras variables que no han sido aún desarrolladas.

Considerando sólo dos sectores o actividades económicas fundamentales para el desarrollo regional o local en nuestros países: *los agronegocios y la artesanía*; se puede señalar, que en el Perú al igual que en otras países del mundo, existen ciertos productos que tienen más cosas que contar que otros: ¿De dónde vienen? ¿cómo son fabricados? ¿cuál es su secreto? ¿desde cuándo existen?

Resaltar estos elementos en forma adecuada, creativa y estratégicamente, implicará darle valor agregado a los productos, que ingresarán al mercado en mejores condiciones, en busca de una clientela y un buen posicionamiento.

Si bien existe una tendencia a la homogeneización de los productos agroalimenticios, no se debe perder de vista a un importante sector de consumidores que prefieren lo artesanal, lo localizado, los gustos y olores particulares.

Y en muchos casos, el precio no es el factor fundamental de la decisión de compra, sino que empieza a tener peso aspectos que antes eran irrelevantes, como la satisfacción de placer, atracción por lo bello, por lo agradable, por lo nutritivo o por lo natural, lo exótico, entre otros.

Lo que se debe buscar es la oferta de productos con identidad, productos con alma.

Es necesario incorporar en la cadena de agregado de valor y en la propia oferta, instrumentos que faciliten la percepción de la diferenciación por parte de los consumidores.

Y en este sentido, el valor agregado que se asocia al producto diferenciado sólo es realizable si es percibido y considerado como tal por el consumidor.

Para ello, un excelente instrumento que se utiliza para comunicar al cliente o consumidor la diferenciación, es mediante las denominaciones de origen:

- a) Permiten la apropiación de la diferenciación como activo intangible. Derecho de exclusiva.
- b) Dan seguridad jurídica a la diferenciación (origen, calidad, elaboración, tradición, etc.).
- c) Marco nacional e internacional, sustentado en un sistema legal.

La estrategia debe estar basada en el uso de denominaciones de origen y estructurada en lograr transformar productos “commodities” en “specialities” basándose en su origen, calidad y otras cualidades propias.

Al transformar a los signos distintivos en un activo intangible, reconocido y remunerado por el consumidor, se internaliza el concepto del origen, calidad, composición, elaboración, etc, como activos remunerables.

En el caso de las artesanías, es importante resaltar que la actividad de producción de artesanías en nuestros países, cada vez más, viene tomando características especiales que han determinado que un porcentaje muy importante de la artesanía que se exporta, sea producida en las capitales y ya no en las localidades propias o históricas (Ejemplos: Chulucanas, Nazca, Ayacucho).

Este hecho determina que el carácter localizador u originario de culturas ancestrales se vaya perdiendo.

La propuesta de utilización de denominaciones de origen en la actividad de artesanías, pretende lograr mecanismos para preservar en forma directa el origen, cultura, producción, materias primas cualidades y características propias; e indirectamente promover que la actividad artesanal se mantenga en los lugares de origen que corresponden.

El objetivo principal del uso de denominaciones de origen en ésta actividad, es el de agregarle valor al producto resultante respecto de sus similares, básicamente por el significado y contenido que pudiera representar una denominación de origen que distingue la artesanía; sin perjuicio de la protección que pudiera, en su caso, generar la propiedad intelectual respecto al elemento protegido.

Finalmente, a continuación algunos de los principales objetivos que pueden lograrse en el desarrollo de denominaciones de origen:

- a) Creación de valor económico en determinados productos regionales y locales.
- b) Diferenciación de productos de acuerdo a una demanda identificada.
- c) Promoción y desarrollo de empresas familiares.

- d) Promoción de las economías regionales y locales.
- e) Promoción de las exportaciones y adecuación a estándares internacionales para desarrollar la actividad exportadora, aprendiendo a trabajar colectivamente sobre parámetros de calidad común.
- f) Preservación del ambiente y preservación de la cultura local.
- g) Sistema legal, seguridad jurídica.

[Fin del documento]