La denominación de origen

Herramienta de posicionamiento en el mercado internacional

Luis E. Gallardo – 21 junio 2023

lgallardo@indecopi.gob.pe

PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros

Indecopi

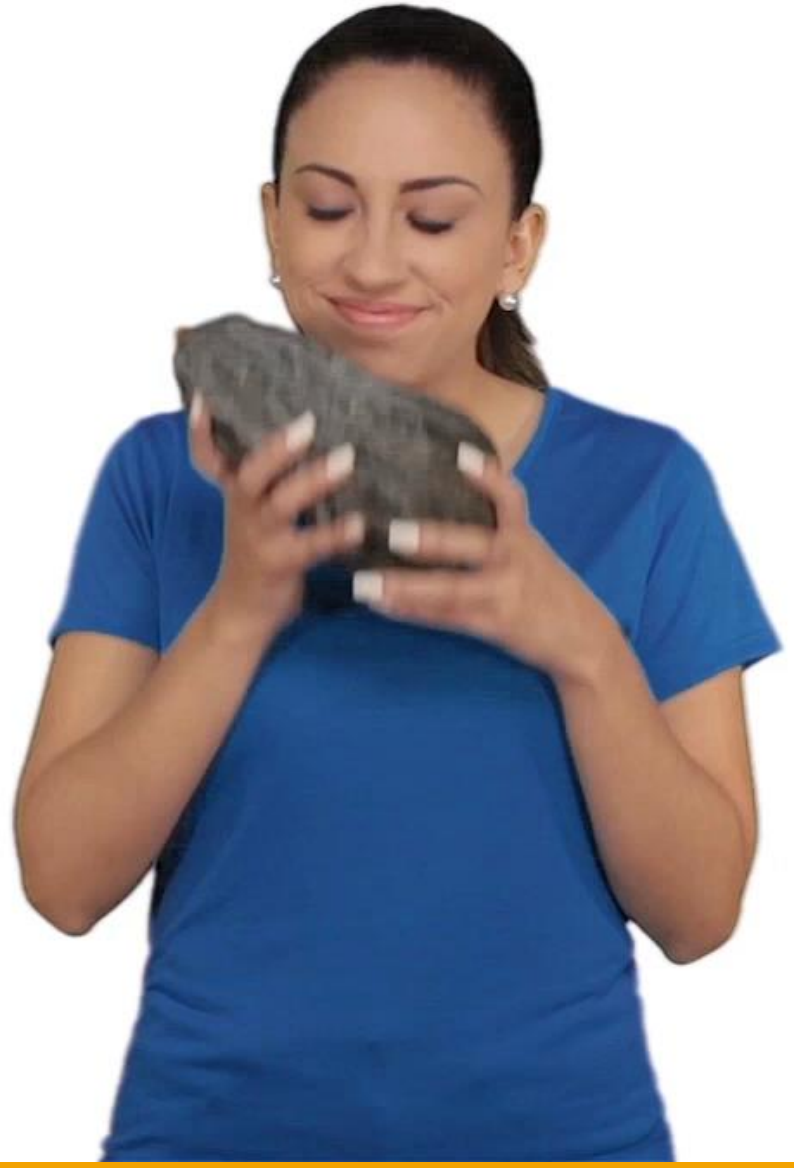
Mis comentarios de hoy reflejan mi propio punto de vista. No necesariamente reflejan la opinión del INDECOPI y/o de la Dirección de Signos Distintivos, de cualquier Comisionado individual, o de cualquier otra persona.

La Denominación de Origen

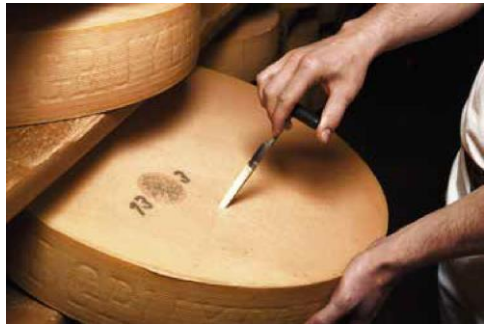
Concepto, características y comparación con otras categorías

Según un estudio publicado por la Comisión Europea, los productos agroalimentarios y las bebidas **cuyas denominaciones están protegidas por la Unión Europea mediante «Denominaciones de Origen» (DO)** representan un volumen de ventas de **74 760 millones de euros**. Más de una quinta parte de esta cantidad procede de exportaciones a terceros países. El estudio concluye que el valor de venta de un producto con denominación protegida es, como media, **el doble que el de productos similares sin certificación**.

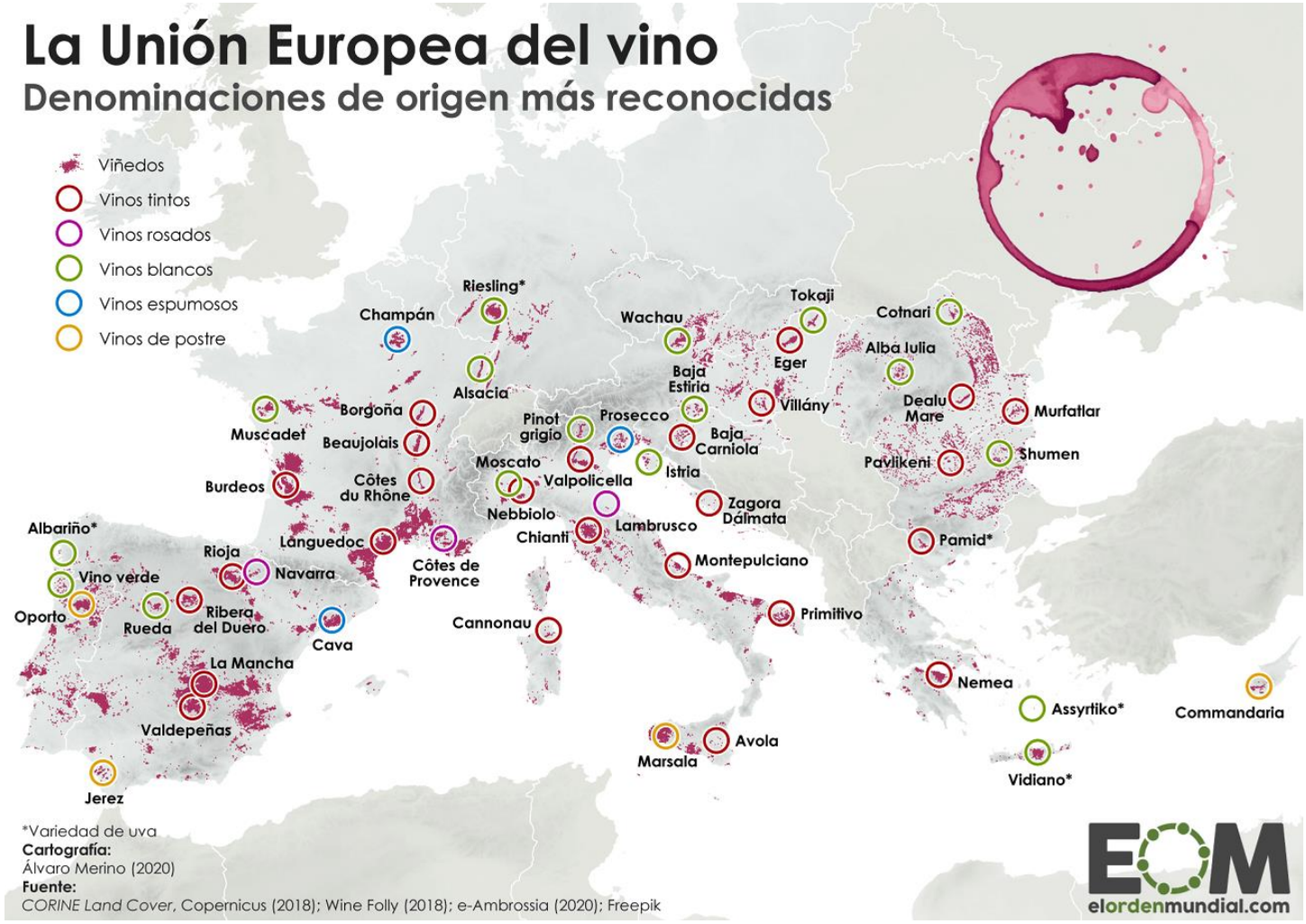
Fuente:
https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/ip_20_683

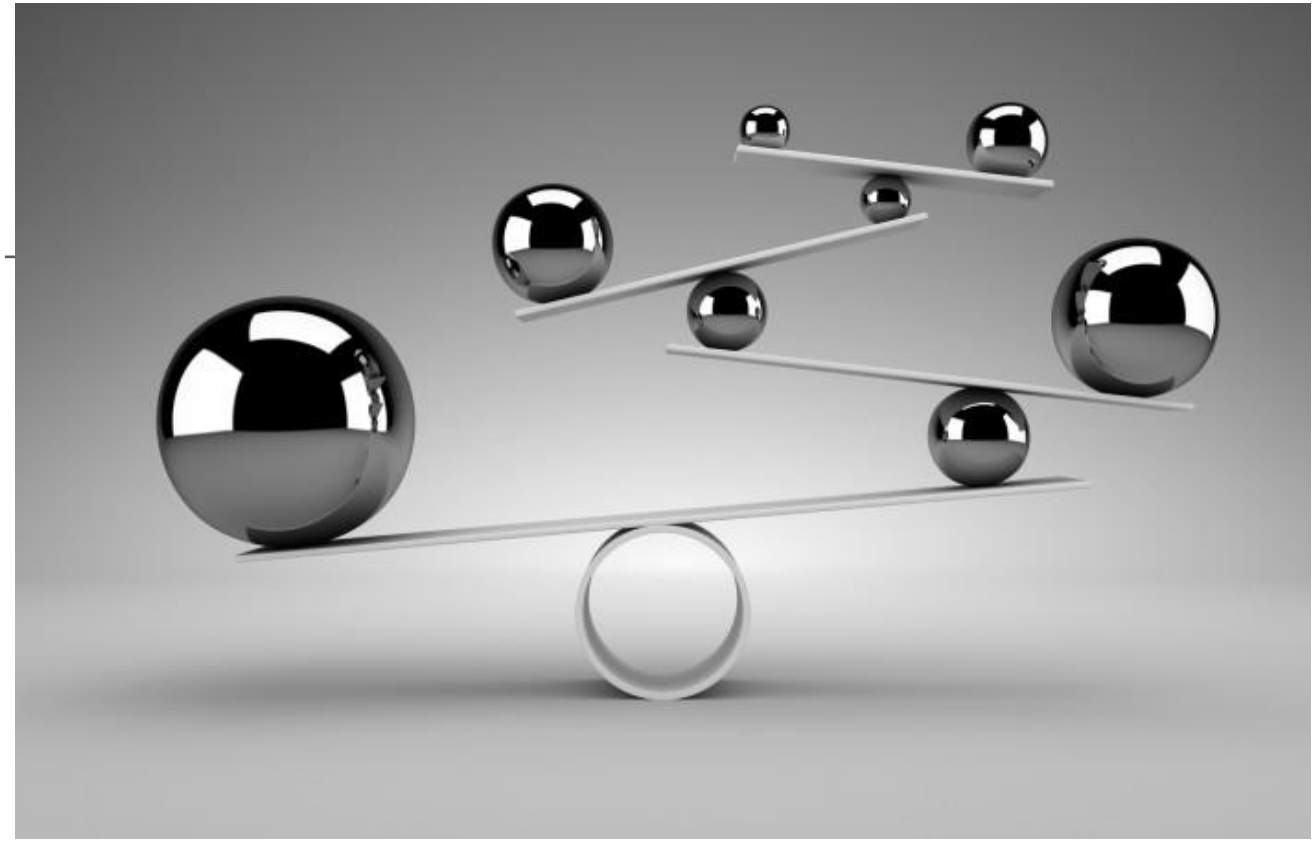


¿Qué hay detrás de una Denominación de Origen?



Los pioneros en cuanto al desarrollo del concepto de **denominación de origen** y al desarrollo de normativa destinada a su protección fueron los países que actualmente integran la Unión Europea, particularmente los países de tradición latina





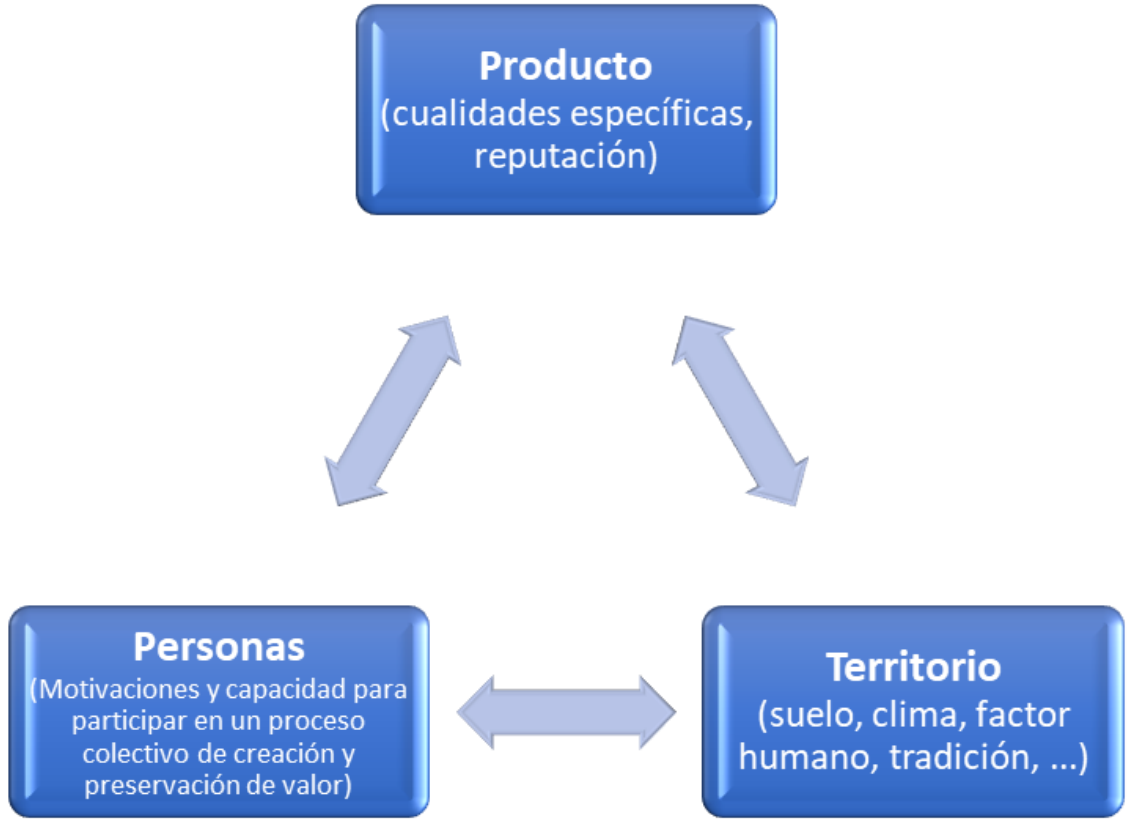
Es por ello que la Comunidad Europea se vio en la necesidad de alcanzar una **armonización conceptual** con la finalidad de abordar de manera ulterior una legislación supranacional

¿Qué es una denominación de Origen?

El Acta de Ginebra del Arreglo de Lisboa relativo a las Denominaciones de Origen y las Indicaciones Geográficas señala que se entenderá por “denominación de origen” la denominación mencionada en el Artículo 2.1.i), el cual establece lo siguiente:

1. *“(…) el nombre de una zona geográfica o que contenga dicho nombre, u otra denominación conocida por hacer referencia a dicha zona, que sirva para designar un producto como originario de dicha zona geográfica, cuando la calidad o las características del producto se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y humanos, y que haya dado al producto su reputación; (…)”*

Interacción entre las personas, producto y territorio



¿Vale la pena involucrarse en un proceso colectivo en torno a una DO?

- Desarrollo rural y sostenible
- Pilar económico
- Pilar ambiental
- Pilar social
- Una herramienta en la mano de los actores locales para un enfoque territorial sostenible

Denominaciones de origen peruanas

- **Pisco (1990)**
- Maíz Blanco Gigante Cusco (2005)
- Cerámica de Chulucanas (2006)
- Pallar de Ica (2007)
- Café de Villa Rica (2010)
- Loche de Lambayeque (2010)
- Café Machu Picchu-Huadquiña (2011)
- Maca Junín-Pasco (2011)
- Aceituna de Tacna (2014)
- Cacao Amazonas Perú (2016)

¿Qué hace a una DO distinta de otras categorías?

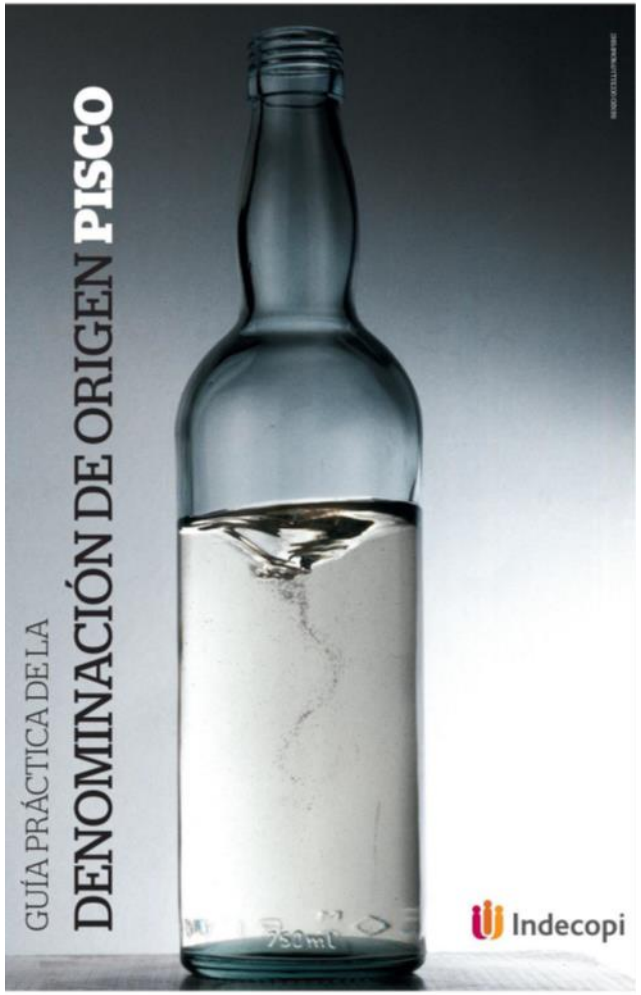
	Marcas Individuales	***Marcas Colectivas***	***Marcas de Certificación***	***Denominaciones de Origen***
Objeto	Identificar y diferenciar productos de la competencia	Los usuarios de la marca son miembros de la entidad titular; y, en su caso, los productos o servicios comparten ciertas características.	Garantizar cualidades o características de Los productos/servicios de terceros	Identificar y proteger el verdadero origen de un producto, así como de las cualidades y reputación vinculadas al mismo.
Titular	Cualquier persona natural o jurídica.	Una entidad colectiva cuyos miembros utilizan la marca	Una entidad tercera, que no puede utilizar la marca para sus propios productos o Servicios	El Estado peruano
Usuarios	El propio titular o licenciatarios.	Todos los productores miembros de la entidad titular que cumplen el reglamento de Uso	Todos los productores (terceros) que cumplen el reglamento de uso	Todos los productores de la zona geográfica de producción asociados al CR y que cumplan con el Reglamento de la DO
Lugar de producción	En el que defina el titular.	En el territorio establecido, si así se establece en el reglamento de uso	En el territorio establecido, si así se establece en el reglamento de uso	En el territorio establecido en la declaración de protección
Duración de protección	10 años (renovables)	10 años (renovables)	10 años (renovables	Indefinida, mientras se mantengan las condiciones que motivaron el reconocimiento

Implicancias del reconocimiento de una Denominación de Origen

Principales ventajas

- Individualizar la DO a partir de sus características únicas vinculadas a su medio geográfico.
- Agregar valor a los productos designados con la DO.
- Contribuye al desarrollo de zonas rurales.
- Preservar los conocimientos tradicionales y las expresiones culturales tradicionales.
- Generar rutas turísticas.

ENTIDADES QUE DESEMPEÑAN UN ROL EN LA PROTECCIÓN, DEFENSA Y PROMOCIÓN DE UNA DO



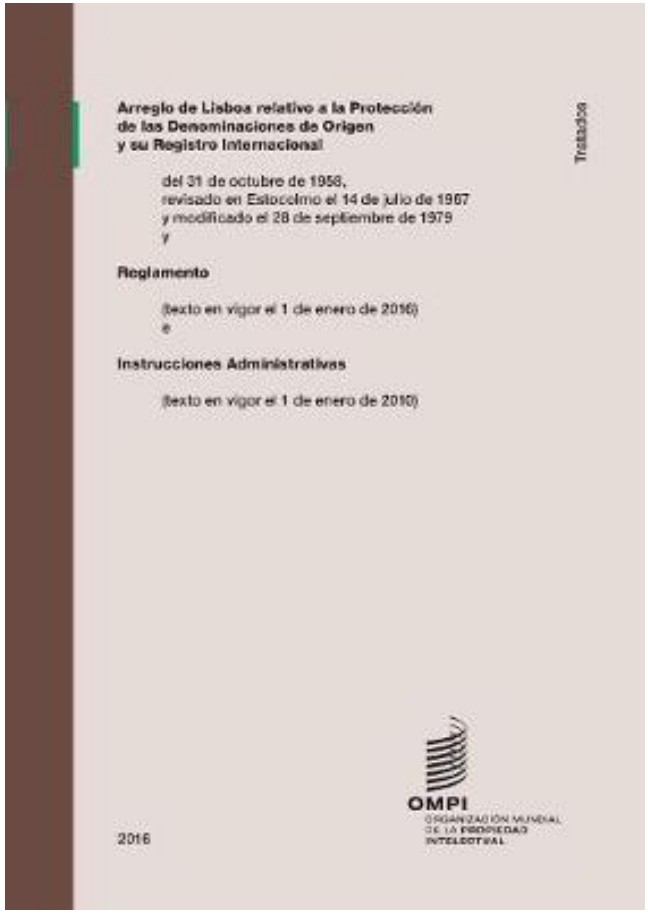
Cooperación Interinstitucional

INDECOPI desempeña la función de asesor técnico de Mincetur y del Ministerio de Relaciones Exteriores

Protección Internacional de las DO

Tratados de libre Comercio – TLC / Acuerdos de Promoción Comercial

Canadá, Costa Rica, México, Honduras, Panamá, China, Japón, República de Corea (corea del Sur), Singapur, Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, Croacia, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Rumanía y Suecia



Arreglo de Lisboa

Perú, México, Costa Rica, Cuba, Haití, Nicaragua, Argelia, Burkina Faso, Congo, Gabón, Tongo, Túnez, Israel, República Popular Democrática de Corea (Corea del Norte), Bosnia y Herzegovina, Bulgaria, Eslovaquia, Francia, Georgia, Hungría, Italia, Macedonia, Moldavia, Montenegro, Portugal, República Checa y Serbia

Acta de Ginebra del Arreglo de Lisboa

Parte Contratante	Instrumento	En Vigor
Suiza	Adhesión: 31 de agosto de 2021	1 de diciembre de 2021
Hungría	Ratificación: 10 de junio de 2021	10 de septiembre de 2021
Perú	Ratificación: 18 de julio de 2022	18 de octubre de 2022
República Checa	Adhesión: 2 de junio de 2022	2 de septiembre de 2022
República Democrática Popular Lao	Adhesión: 20 de noviembre de 2020	20 de febrero de 2021
Francia	Ratificación: 21 de enero de 2021	21 de abril de 2021
Albania	Adhesión: 26 de junio de 2019	26 de febrero de 2020
Camboya	Adhesión: 9 de marzo de 2018	26 de febrero de 2020
República Popular Democrática de Corea	Adhesión: 8 de octubre de 2019	26 de febrero de 2020
Samoa	Adhesión: 2 de octubre de 2019	26 de febrero de 2020
Unión Europea	Adhesión: 26 de noviembre de 2019	26 de febrero de 2020
Ghana	Adhesión: 3 de noviembre de 2021	3 de febrero de 2022
Omán	Adhesión: 30 de marzo de 2021	30 de junio de 2021
Cabo Verde	Adhesión: 6 de abril de 2022	6 de julio de 2022

Acuerdos Bilaterales

Cuba, República Popular de Laos

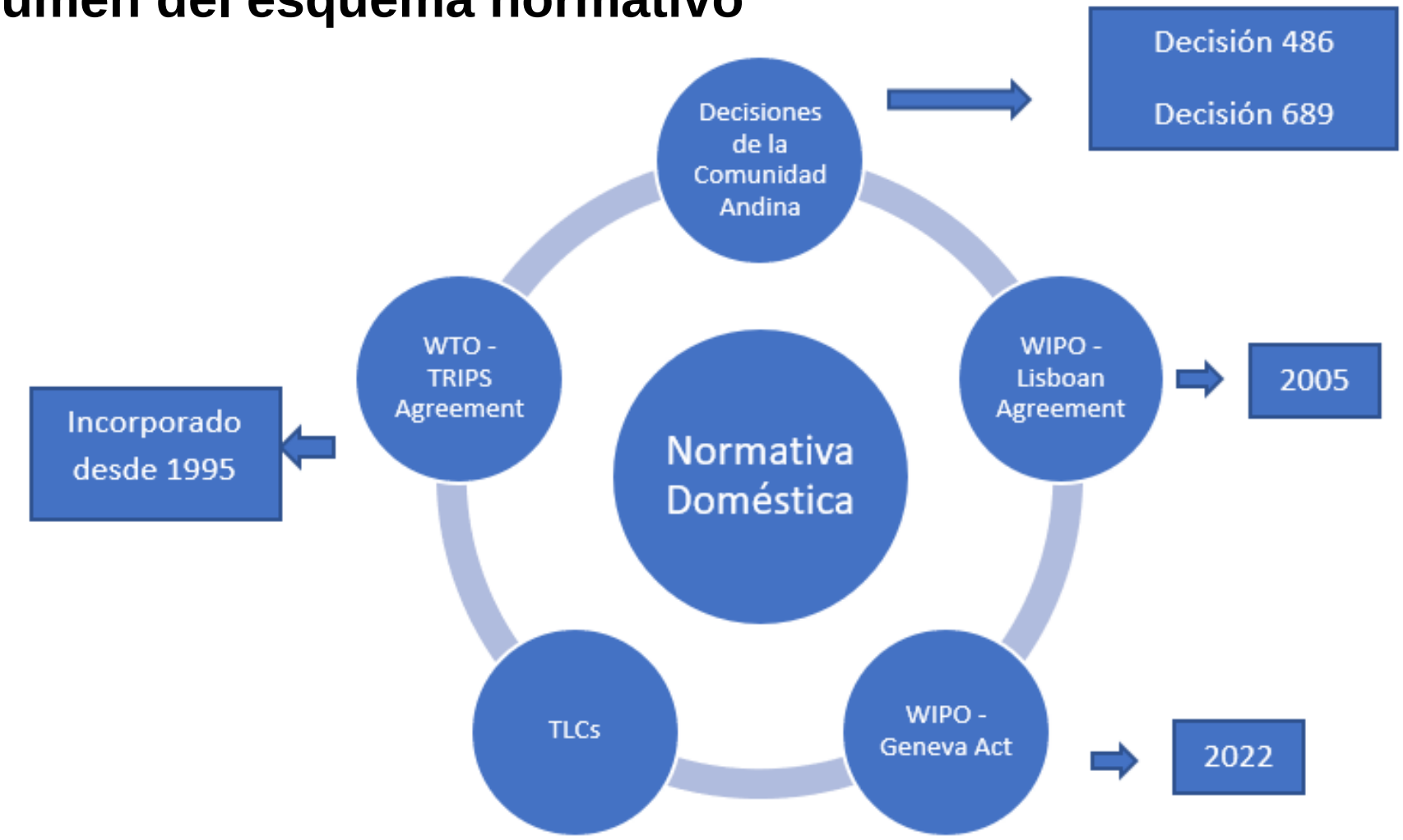
Registro (Protección directa)

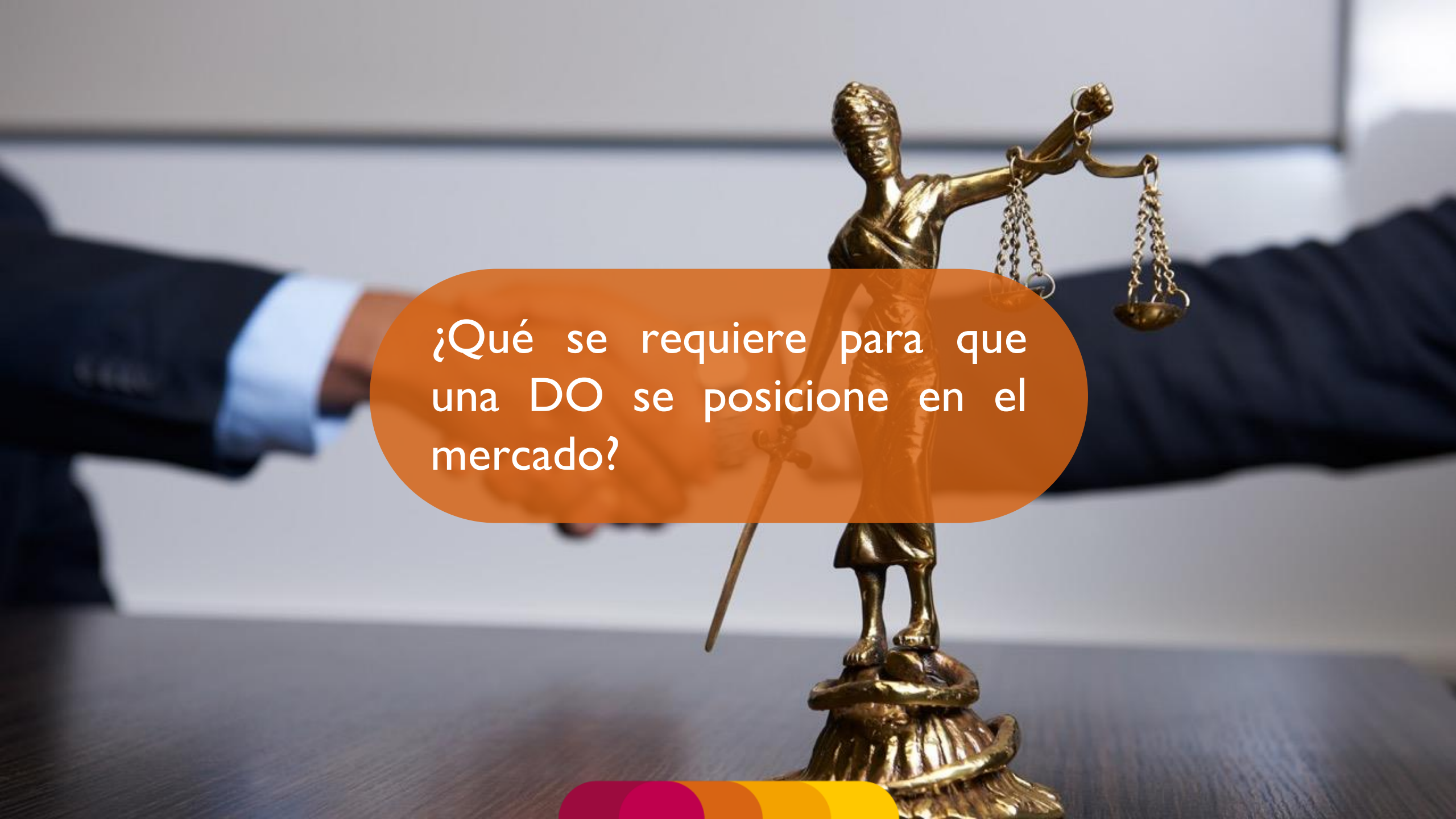
Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Bolivia, Nicaragua, Panamá, República Dominicana, Colombia, Ecuador, Venezuela, India, Indonesia, Israel, Malasia, Tailandia, Vietnam y Ucrania

Protección como producto distintivo / Marca

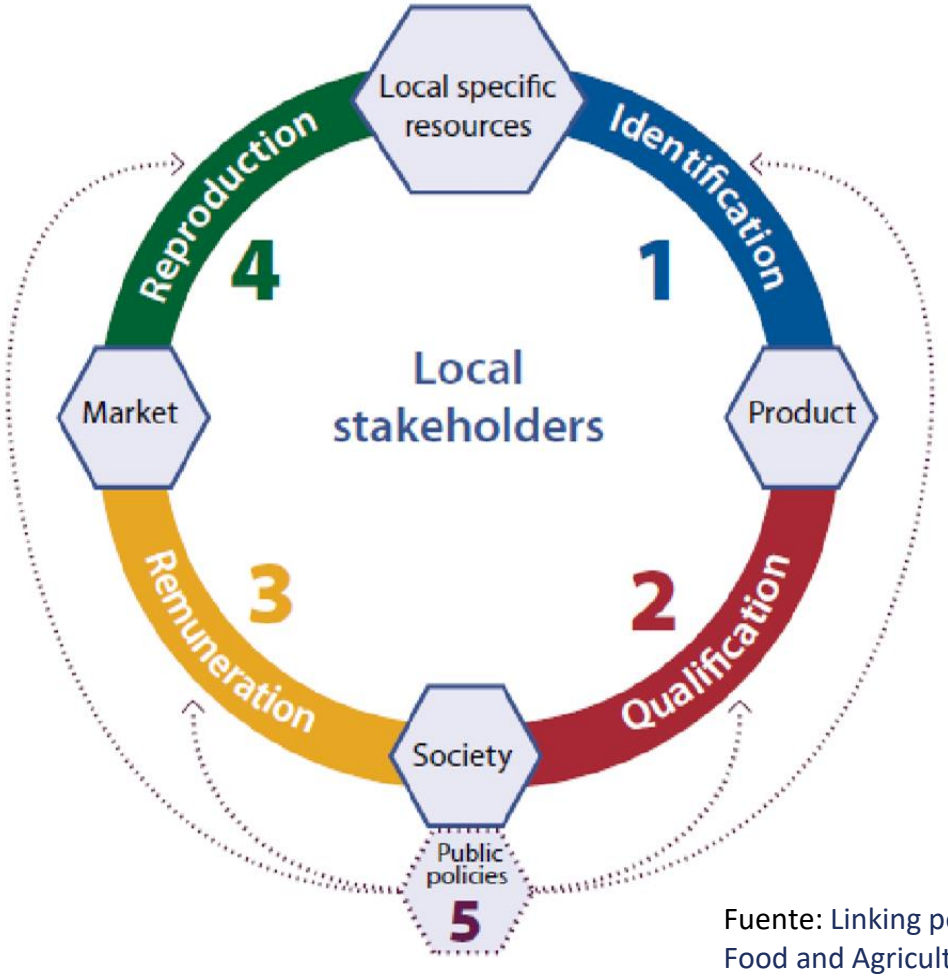
Estados Unidos de América y Sudáfrica

Resumen del esquema normativo




¿Qué se requiere para que una DO se posicione en el mercado?

Círculo virtuoso de la calidad ligada al origen



Fuente: Linking people, places and Products.
Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)

Las principales etapas del círculo virtuoso de la calidad ligada al origen son:

1. **Identificación:** aumentar la conciencia local y la apreciación del potencial del producto.
2. **Calificación del producto:** establecimiento de reglas para la creación de valor y la preservación de los recursos locales.
3. **Remuneración** del producto ligada a su comercialización y a la gestión del local sistema.
4. **Reproducción de los recursos locales**, potenciando la sostenibilidad del sistema.
5. **Políticas públicas** que brindan un marco institucional y un posible apoyo a las varias etapas en el círculo.

I. Identificación

1. ¿Cuáles son los vínculos entre el producto local, el lugar y la gente? ¿Existe la posibilidad de promover un producto vinculado al origen en una perspectiva sostenible?

2. ¿Cuáles son las razones para involucrarse en tal desarrollo sostenible?

LA REPUTACIÓN REFLEJA CALIDAD

Fuente: https://www.semanarioexpresion.com/Presentacion/noticia1.php?noticia=1343&edicionbuscada=599

Fuente: https://www.cac-huadquina.com/galeria.php

¿Por qué es necesario establecer reglas y derechos colectivos sobre la reputación del producto vinculado al origen como base para el siguiente paso del proceso de calificación?

¿Cómo establecer la acción colectiva? ¿Qué actores, internos o externos al sistema productivo y al territorio, se puede involucrar?

II. Calificación del producto:

1. El reglamento de la DO
2. Definición específica del producto
3. Sistema de garantía

Qué no debe faltar en el reglamento de la DO

Descripción del producto

Las principales características físicas, químicas, microbiológicas u organolépticas de los productos, centrándose en las características que se pueden monitorear fácilmente.

Ingredientes y materias primas

Los ingredientes y materias primas que deben utilizarse en el proceso de producción, y/o ingredientes y materias primas que no deben utilizarse.

Definición del proceso

El método de obtención del producto con DO en todas las fases del proceso productivo (producción agrícola, transporte, procesamiento, acondicionamiento, condimento/maduración y embalaje final). De ser el caso, una prohibición explícita para usar algún método de producción.

Demostración de la cualidad específica vinculada al origen geográfico

Centrarse en los elementos que justifican el vínculo entre la calidad específica y los recursos en el ámbito geográfico (natural y humano).

Definición del área de producción

Descripción del área de producción delimitada. Cuando sea necesario, se hace una distinción entre el área de producción de las materias primas y el área de producción para el procesamiento y condicionamiento.

Nombre(s) del producto y normas de etiquetado

Lista de los nombres que puede tener el producto con DO y, cuando sea necesario, la calidad clasificación y diferenciación (dependiendo de la etapa procesada o presentación).

Plan de control - sistema de verificación

Descripción de cómo se utilizarán los controles y cuando sea necesario, el sistema de certificación.

III. Remuneración

Remuneración económica permite la sostenibilidad del negocio a largo plazo.

Es importante destacar que el marketing que se lleva a cabo debe integrarse entre dos niveles, desde el punto de vista de la organización de la DO (marketing grupal), así como desde el punto de vista de sus miembros (marketing individual).

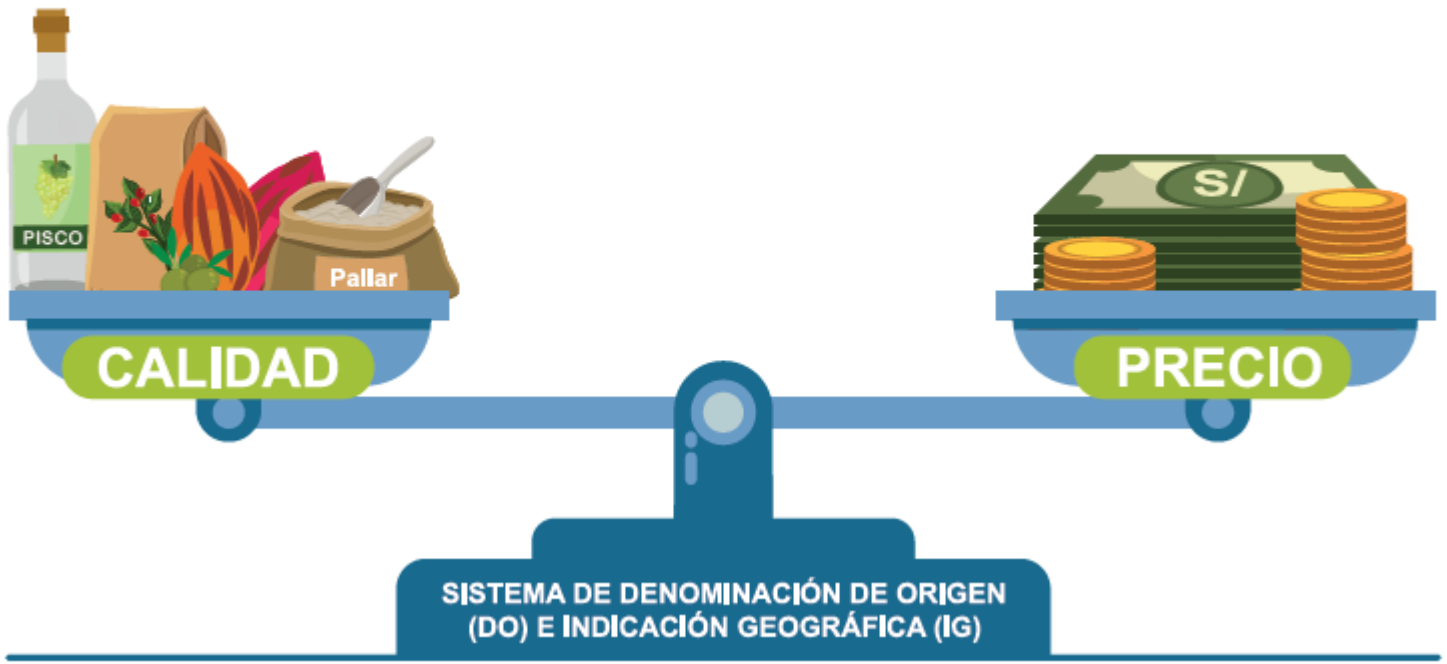
Zapallo loche en la gastronomía del norte

Otros aspectos cualitativos, territoriales, sociales y cuestiones culturales, así como otros sectores económicos relacionados, como el turismo, también deben tenerse en cuenta en la comercialización de productos con DO.

Así, para garantizar la remuneración económica generada por una DO, se debe:

- Construir una **organización para gestionar** el sistema de la DO.
- Llevar a cabo **acciones de marketing estratégico**. Marketing tanto a nivel colectivo como individual, tiene que ser cuidadosamente planificado y gestionado. El marketing estratégico proporciona la "hoja de ruta" para vender el producto con DO.
- Ejecutar una estrategia de **Marketing operacional**. Una vez definido el plan de marketing estratégico, los interesados, individual y dentro de la organización de la DO, tienen que hacerla operativa teniendo en cuenta el reglamento de la DO.

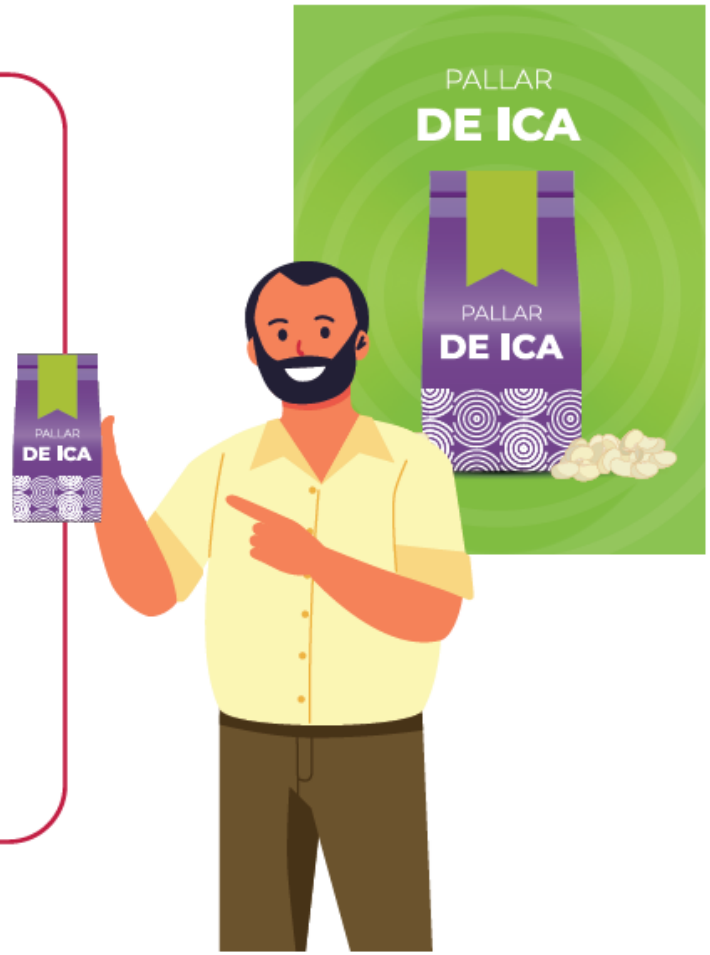
"LA CALIDAD SE PAGA"



Indecopi

Es muy importante que cuide los detalles, la presentación y el empaque de su producto.

Venda exclusividad y desarrolle el contenido publicitario de manera tan especial como el producto mismo.



IV. Reproducción de los recursos locales

La cuarta fase del círculo virtuoso de calidad consiste en garantizar que tanto los recursos naturales como los humanos utilizados en el sistema de la DO son reproducidos, mejorados y preservados, con el fin de tener sostenibilidad económica, social y ambiental a largo plazo del sistema.

Sostenibilidad Económica

Sostenibilidad Ambiental

Es importante evaluar cuidadosamente los impactos de la implementación de la DO en los recursos locales, comenzando con el establecimiento del reglamento y dar cuenta de la evolución de impactos durante la fase de reproducción.

- Evaluar el **impacto del sistema** de la DO y desarrollarlo dentro de un marco sostenible con perspectiva de desarrollo.
- La **evolución** de las reglas a lo largo del tiempo.
- **Estrategias** territoriales **extendidas** para aumentar el desarrollo rural.

V. Políticas públicas

El sector público puede desempeñar un papel clave en todas las facetas del gobierno, incluida la cooperación intergubernamental, al proporcionar las condiciones para garantizar que las DO estén adecuadamente protegidas, reguladas y sostenidas.

El desarrollo sostenible de productos con DO requiere:

1. Protección legal de las DO.
    a. Generación de herramientas legales
    b. Sistema suigéneris o de marcas para la protección
    c. Protección temprana para evitar la generalización y expropiación de la DO
    d. Marco legal efectivo

1. Sostenimiento del sistema de DO a través de una política pública.

Conclusión

Aunque no se trata de la forma más antigua de proteger derechos de propiedad industrial, las denominaciones de origen son mundialmente identificadas como herramientas de gran potencial, no solo en torno al desarrollo del producto que identifican sino, además, en torno al territorio al que pertenecen.

Una adecuada gestión de las potencialidades de una denominación de origen puede y debería constituir la base para el desarrollo sostenible de una región.

Indecopi

Radio Indecopi
www.indecopi.gob.pe/radio

Luis Enrique Gallardo Abán
Ejecutivo 1
Dirección de Signos Distintivos (DSD)

(51-1) 224 7800, Anexo **2018**
Calle de la Prosa 104 - San Borja, Lima 41, Perú
www.indecopi.gob.pe

Antes de imprimir piense en el medio ambiente

lgallardo@indecopi.gob.pe