



# OFICINA DE SIGNOS DISTINTIVOS

**Miguel Ángel Sánchez del Solar  
Quiñones**

Lima noviembre, 2007

# DENOMINACIONES DE ORIGEN

## **I.- CUESTIONES PREVIAS.**

**Las ideas imperantes en el Perú sobre las DO. Rol de los medios de comunicación.**

**Pisco. El suspiro a la limeña y la “chalaca”.**

## II.- ¿Qué es una denominación de origen?

- Signo distintivo. Función esencial: distingue productos (no servicios).
- Clase de signo: Palabra o conjunto de palabras (no sonido, olores, imágenes o figuras, etc.).
- Palabra núcleo: Un lugar geográfico. Alusión simultánea: (i) producto y (ii) lugar donde se elabora.
- Características especiales del producto.
- La calidad y la reputación.

## II.- ¿Qué es una denominación de origen?

- Las características del producto. se explican esencialmente por el medio geográfico. Factores naturales y factores humanos.
- Si puede elaborarse el producto en un lugar diferente al de procedencia y obtenerse un producto igual, entonces, las características no se deben esencialmente al medio geográfico.

### III.- El *reconocimiento* de las DO.

- Qué es reconocer una DO. El proceso de formación de la DO.
- Acto administrativo declarativo (reconoce) y constitutivo (a partir de su reconocimiento, se protege la DO).
- El estado como titular y las autorizaciones de uso.

## IV. La protección de las DO.

- Qué se protege. El derecho exclusivo: la palabra o conjunto de palabras unidas al producto que distinguen.
- Sólo los titulares pueden usar esas palabras para distinguir el producto.
- Sólo el producto puede ser distinguido con esas palabras.

## VI.- Qué no es una DO.

- La DO no es un certificado genético de oriundez.
- La DO no protege al producto ni a los procedimientos de elaboración, pues no tiene, en realidad, una función protectora, sino que ella misma, en tanto signo, debe ser protegida.

## VII.- ¿Para qué las DO?

- El efecto del reconocimiento de las DO en Europa y su duplicación en Latinoamérica.
- Que se requiere para que ocurra igual.

## VIII.- ¿Cómo lograrlo?

- Rol del sector privado. El éxito comercial y el uso de las DO. (Limones, espárragos, etc.).
- Rol del Estado. La inclusión.
- El sistema de soporte institucional de las DO peruanas y la confianza del mercado.