



Las denominaciones de origen en la industria agrícola: una herramienta de distinción y competitividad*

Juan Ignacio Granados Aristizábal**

Designations of origin in agricultural industries: a tool for distinction and competitiveness

As denominações de origem na indústria agrícola: uma ferramenta de distinção e competitividade

RESUMEN

Las denominaciones de origen son una especie de signos distintivo que tienen por objeto identificar un producto con el lugar o zona geográfica donde ha sido producido, es decir, las denominaciones de origen crean un *vínculo cualitativo* del producto con las particulares características climáticas y humanas del lugar donde ha sido producido. Es por esto que esta especial categoría de signo distintivo crea importantes ventajas en un mercado: al productor le da la ventaja competitiva de contar con un producto único en el mercado; al consumidor le asegura, de alguna forma, que estará adquiriendo un producto con definidos estándares calidad. Este signo distintivo se ha usado tradicionalmente para la producción de productos agroindustriales; sin embargo, pese a que en este renglón de la economía tiene importante aplicación, no es el único que puede beneficiarse de esta importante herramienta. Ahora bien, la gestión y protección de las denominaciones de origen desde el punto de vista jurídico están formadas por un sistema complejo, ya que su protección se debe gestionar, tanto en el ámbito

*Artículo producto del proyecto de investigación titulado "Manual de Propiedad Intelectual para la Corporación Universitaria Lasallista", financiado por el Fondo para el Desarrollo de la Investigación de la Corporación Universitaria Lasallista y con el apoyo de la Secretaría de Educación de la Gobernación de Antioquia. ** Abogado de la Universidad de Medellín. Magíster en Derecho Comercial de la Universidad Externado de Colombia. Docente de la Corporación Universitaria Lasallista.

Correspondencia: jugranados@lasallistadocentes.edu.co

Artículo recibido: 10/09/2012 ; Artículo aprobado: 21/11/2012

local como en el internacional. Para lo último, algunos países han suscrito una serie de tratados internacionales que tienen por objeto una protección más amplia de esta especial categoría de signo distintivo.

Palabras clave: denominaciones de origen, signo distintivo, competitividad

ABSTRACT

Designations of origin are a type of distinction labels that aim to identify a product or the place in which it is produced, creating a qualitative link between the product and the climate and human characteristics of the place in which it is produced. This is why this special category of distinctive label creates important advantages for the product in the market. The producer gets the competitive advantage of having a product that is unique in the market and the consumer can be sure, in some way, the product has defined quality standards. This distinctive label has been traditionally used for agricultural and industrial products. Nevertheless, despite it is importantly applied in this economy sector, there are more sectors that can be benefitted with this tool. Managing and protecting the designations of origin, from a juridical point of view, is complicated due to the complexity of the system, given the fact that the protection has to be managed both locally and internationally. For the international protection, some countries have agreed and signed some treaties to widen the protection of this special distinctive label category.

Key words: designations of origin, distinctive label, competitiveness.

RESUMO

As denominações de origem são uma espécie de signos distintivo que têm por objeto identificar um produto com o lugar ou zona geográfica onde foi produzido, isto é, as denominações de origem criam um vínculo qualitativo do produto com as particulares características climáticas e humanas do lugar onde foi produzido. É por isto que esta especial categoria de signo distintivo cria importantes vantagens num mercado: ao produtor lhe dá a vantagem competitiva de contar com um produto único no mercado; ao consumidor lhe assegura, de alguma forma, que estará adquirindo um produto com definidos padrões qualidade. Este signo distintivo se usou tradicionalmente para a produção de produtos agroindustriais; no entanto, pese a que neste tópico da economia tem importante aplicação, não é o único que pode beneficiar-se desta importante ferramenta. Agora bem, a gestão e proteção das denominações de origem desde o ponto de vista jurídico estão formadas por um sistema complexo, já que sua proteção se deve gerir, tanto no âmbito local como no internacional. Para o último, alguns países assinaram uma série de tratados internacionais que têm por objeto uma proteção mais ampla desta especial categoria de signo distintivo.

Palavras importantes: denominações de origem, signo distintivo, competitividade.

Las ramas de la propiedad intelectual y su objeto de protección

El derecho de la propiedad intelectual es una disciplina normativa que protege las creaciones intelectuales producto del esfuerzo, trabajo o destreza humana, dignos de reconocimiento jurídico¹. Tradicionalmente, la doctrina² ha clasificado la propiedad intelectual en dos grandes ramas que se diferencian por su *objeto de protección*³. Por un lado, están los derechos de autor que tienen por objeto⁴ las obras literarias, artísticas, científicas, programas de ordenador, bases de datos y obras multimedia. Esta protección le otorga al autor prerrogativas patrimoniales y extrapatrimoniales que le permiten la explotación exclusiva de dichas obras, reivindicando, de esta forma, el esfuerzo que ha hecho en su creación⁵.

a. Nuestro ordenamiento jurídico consagra la regulación del derecho de autor, principalmente, en la Ley 23 de 1982 y en la Decisión 351 de la Comunidad Andina de Naciones. Esta normativa concurre con otra normativa supranacional, especialmente, con el Convenio de Berna, la Convención Universal sobre Derechos de Autor, la Convención de Roma, la Declaración Universal de Derechos Humanos.

De otro lado está la propiedad industrial. Esta rama de la propiedad intelectual tiene como objeto de protección las nuevas creaciones y los signos distintivos. En el primer grupo se encuentran las patentes de invención o de modelo de utilidad, los diseños industriales, los esquemas de trazados de circuitos integrados, los secretos industriales y las nuevas variedades vegetales. Estos activos de propiedad intelectual se caracterizan por dar una solución a un problema técnico concreto, como es el caso de las invenciones, los modelos de utilidad, los secretos industriales o las nuevas variedades vegetales. Igualmente, tienen por finalidad dar una apariencia externa a determinado producto, como es el caso de los diseños industriales o los esquemas de trazados de circuitos integrados. El segundo grupo, esto es, el de los signos distintivos, está integrado por las marcas, los nombres comerciales, las enseñas comerciales y las indicaciones geográficas. Estos signos distintivos, que en suma son información expresada en figuras, olores, formas, sonidos o datos, permiten identificar en un mercado determinado cuál es el origen empresarial, industrial o geográfico de determinado bien o servicio.

Las indicaciones geográficas son una especie de signo distintivo

Como se ha dicho, un signo distintivo es una “señal” que le permite identificar, principalmente a los consumidores, el origen empresarial, industrial o geográfico de determinado bien o servicio en un mercado. Las indicaciones geográficas son una especie de signo distintivo. La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual–OMPI–define las indicaciones geográficas como “*un signo que se utiliza para productos que tienen un origen geográfico concreto y poseen cualidades, características o una reputación derivadas principalmente de su lugar de origen*”⁵, es decir, una indicación geográfica crea un vínculo cualitativo entre el producto o servicio con el lugar o región donde este ha sido producido o prestado, respectivamente.

Con la intención de identificar el origen geográfico de los productos, sean naturales, agrícolas o de fabricación, las indicaciones geográficas consisten, generalmente, en el nombre del lugar o región donde ha sido elaborado un producto y, eventualmente, donde ha sido prestado un servicio^b. El ejemplo típico de las indicaciones geográficas son los productos del sector vitivinícola que se identifican con los lugares donde han sido producidos, dado que poseen especialísimas cualidades determinadas por unas condiciones geográficas, climáticas o humanas^c específicas. Piénsese, por ejemplo, en las bebidas espirituosas como el Tequila, el Champagne o el vino Oporto que son mundialmente reconocidos por su exquisitez y particulares características. Igualmente, piénsese en aquellos productos en los que se identifica fácilmente su lugar o región de procedencia al contener la leyenda “*Hecho en...*” o “*Made in...*”, pese a que, en estos últimos casos, dicha procedencia no determine sustancialmente las calidades particulares de un producto, tal como se verá a más adelante.

Las indicaciones de procedencia y las denominaciones de origen son dos especies de indicaciones geográficas

Como se ha dicho, las indicaciones geográficas permiten identificar el origen geográfico de un producto o servicio, sea indicando el lugar o región donde han sido producidos o el lugar de donde provienen⁶. En el ordenamiento jurídico colombiano se reconocen dos especies de indicaciones geográficas: las indicaciones de procedencia y las denominaciones de origen⁷.

Las indicaciones de procedencia están definidas en la Decisión 486 de 2000 de la Comunidad Andina de Naciones –CAN⁸–, como un “*nombre, expresión, imagen o signo que designe o evoque un país,*

b. Ha dicho la doctrina que no han “faltado las especulaciones para difundir las denominaciones geográficas como identificadoras de determinadas prestaciones de servicios”. (PÉREZ DE LA CRUZ BLANCO, Antonio). c. Frente a las condiciones humanas piénsese, por ejemplo, en los conocimientos tradicionales utilizados en la elaboración, recolección o producciones de ciertos bienes.

región, localidad o lugar determinado”⁹. Las indicaciones de procedencia, distinto a lo que ocurre con las denominaciones de origen, “no tienen, necesariamente, incidencia en la calidad o particularidades de un producto”¹⁰; es decir, es un signo distintivo^d que se utiliza para indicar la procedencia geográfica de un producto y no para determinar las especialísimas calidades o particularidades de los mismos, siendo este el principal factor de diferenciación con las denominaciones de origen. Como antes se ilustró, los típicos ejemplos de indicaciones de procedencia son “*Made in China*”, “*Swiss Made*” o “*Made in Taiwán*”, entre otros.

Ahora bien, la denominación de origen es un signo distintivo que hace referencia a una localidad, ciudad, país, región, es decir, zona geográfica en la cual ha sido recolectado, transformado o fabricado¹¹ un producto notorio, y por tener dicha zona determinadas características naturales, de suelo, climáticas, culturales, humanas o geográficas, hace que dicho producto tenga cierta *reputación*^e o cualidades no obtenibles de haber sido producido en una zona distinta¹².

El artículo 201 de la Decisión 486 de 2000 de la CAN define 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^f.

Como se ve, la protección de las denominaciones de origen se justifica en la medida que “constituyen un instrumento colectivo del que pueden servirse los productores para promover los productos de su región y preservar la calidad de los mismos así como la reputación que hayan ido adquiriendo a lo largo del tiempo”¹³. En otras palabras, una denominación de origen no otorga un beneficio económico particular sino colectivo a una pluralidad de productores que se encuentren en una zona geográfica determinada, que han realizado grandes esfuerzos humanos, tecnológicos, económicos y científicos para posicionar determinado producto¹⁴ en un mercado cada vez más global y normalizado¹⁵. Igualmente, la denominación de origen suministra una garantía al consumidor con respecto a los métodos de producción y la calidad de determinado producto¹⁶.

Ahora bien, las denominaciones de origen, como muchas de las prerrogativas que otorga el derecho de la propiedad industrial^g, le otorga al colectivo, además de la reputación y las ventajas económicas y competitivas derivadas de tal hecho¹⁷, un derecho negativo –*lus excluendi alios*–: el derecho a impedir que otras personas utilicen el signo distintivo del que son beneficiarios¹⁸, o que registren como *marca* el mismo signo distintivo protegido con la denominación; es decir, una denominación de origen impide que otras personas puedan “ofrecer productos que alcancen el grado de calidad que ha prestigiado tal procedencia”¹⁹, o que registren marcas con signos similares que puedan generar confusión en el mercado. Similar es el sentido de la Decisión 486 de la CAN que en el artículo 212 consagra:

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

d. Aunque para algún sector de la doctrina no lo sea. (LONDOÑO FERNÁNDEZ, José Luis). e. Como lo ha dicho la OMPI “En términos llanos, una indicación geográfica es un distintivo empleado para productos de un origen geográfico determinado que tienen unas cualidades o una reputación especiales derivadas de ese origen”. Revista: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. f. El artículo 2 del Arreglo de Lisboa define la denominación de origen como “la denominación geográfica de un país, de una región o de una localidad que sirva para designar un producto originario del mismo y cuya calidad o características se deben exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y los factores humanos. (...) El país de origen es aquel cuyo nombre constituye la denominación de origen que ha dado al producto su notoriedad o bien aquél en el cual está situada la región o la localidad cuyo nombre constituye la denominación de origen que ha dado al producto su notoriedad”. g. Tal como es el caso típico de las patentes de invención o modelo de utilidad

fabricación en la localidad o región del País Miembro designada o evocada por dicha denominación. Solamente los productores, fabricantes o artesanos autorizados a usar una denominación de origen registrada podrán emplear junto con ella la expresión “DENOMINACION DE ORIGEN”.

Lo anterior exige una articulación de un sistema de control de calidad que redunde en beneficio colectivo de los productores de la zona, capaz de ofertar en el mercado productos con la calidad que lo ha hecho famosos²⁰.

Requisitos para la adquisición del derecho sobre una denominación de origen en Colombia

Tal como lo consagra el artículo 203 la Decisión 486 de la CAN, en concordancia con el Decreto 2591 de 2000, la solicitud de la declaración y registro de una denominación de origen podrá hacerse de oficio por la oficina competente o a petición de quienes demuestren tener legítimo interés, entendiéndose por tales, las personas naturales o jurídicas o las asociaciones de productores que directamente se dediquen a la extracción, producción o elaboración del producto o los productos que se pretendan amparar con la denominación de origen.

En Colombia dicho trámite se adelanta ante la División de Signos Distintivos de la Superintendencia de Industria y Comercio –SIC–. La solicitud de la declaración debe contener: el nombre, domicilio, residencia y nacionalidad del o los solicitantes, así como la demostración de su legítimo interés, la denominación de origen objeto de la declaración, la zona geográfica delimitada de producción, extracción o elaboración del producto que se designa con la denominación de origen, los productos designados por la denominación de origen, y una reseña de las calidades, reputación u otras características esenciales de los productos designados por la denominación de origen. Igualmente, se deben describir las principales características físicas, químicas o microbiológicas de las materias primas de los productos, los métodos de producción, extracción o elaboración y, en general, los elementos que justifiquen el vínculo del producto con el medio geográfico. Para los anteriores efectos, se utilizan varios recursos técnicos, científicos y áreas del conocimiento, tales como: la geología^h, la pedologíaⁱ, la orografía^j, la climatología^k, la ingeniería de alimentos, entre otros²¹.

Una vez radicada la solicitud, la SIC realiza un primer examen de forma que tiene por objeto verificar el lleno de los requisitos que la legislación exige para tales efectos. Posteriormente, se realiza la publicación respectiva, se resuelven las oposiciones en caso de haberse presentado, se hace un examen de fondo para verificar la información sustancial presentada y, finalmente, se expide una resolución en la cual SIC declara o no la protección de la denominación de origen. Si la resolución consiste en declaración de protección, la SIC expedirá un certificado de registro una vez quede en firme la resolución de protección²². Esta tendrá una vigencia de diez años renovables de forma automática en la medida en que la solicitud de renovación se presente antes del vencimiento del registro, tal como lo consagra el artículo 210 de la Decisión 486 de la CAN: “La autorización de uso de una denominación de origen protegida tendrá una duración de diez años, pudiendo ser renovada por períodos iguales, de conformidad con el procedimiento para la renovación de marcas establecido en la presente Decisión”. Sin embargo, la vigencia del registro de una denominación de origen no está sometida única y exclusivamente a un plazo, tal como lo consagra la citada norma. Como ha venido sosteniéndose, las denominaciones de

h. Definida por el Diccionario de la Real Academia de la Lengua como: “Ciencia que trata de la forma exterior e interior del globo terrestre, de la naturaleza de las materias que lo componen y de su formación, de los cambios o alteraciones que estas han experimentado desde su origen, y de la colocación que tienen en su actual estado”. i. Ciencia dedicada al estudio de las características, evolución, formación, propiedades físicas, morfológicas, químicas, mineralógicas del suelo. j. Definida por el Diccionario de la Real Academia de la Lengua como: “Parte de la geografía física que trata de la descripción de las montañas. k. Definida por el Diccionario de la Real Academia de la Lengua como la ciencia que se dedica al estudio del “Conjunto de las condiciones propias de un determinado clima”.

origen crean un nexo entre un producto y la zona o región geográfica en la cual ha sido producido, elaborado o recolectado. Por ello, resulta de suma importancia lo consagrado en la Decisión 486 de la CAN en relación con el agotamiento del derecho²³.

Al respecto, consagra la Decisión que el derecho al uso de la denominación se agotará cuando desaparezcan las condiciones que la motivaron o cuando su utilización no se haga conforme a las condiciones previstas en la solicitud²³; es decir, si una denominación de origen es, en últimas, un *reconocimiento* que se hace a unos productos por haber sido elaborados en especialísimas condiciones geográficas, climáticas y humanas, no resulta contrario a su lógica que cuando dichas condiciones desaparezcan, también desaparezca la distinción que la denominación le ha otorgado y, en efecto, se pierda el derecho al uso.

La protección internacional de las denominaciones de origen

La gran mayoría de los derechos de propiedad industrial están orientados por el principio de territorialidad. Este principio dice que la protección y explotación de un activo de propiedad industrial solo se otorga en el territorio donde ha sido reconocido, es decir, por principio, no se extiende más allá de las fronteras del país donde el derecho se ha dado. Al respecto, es pertinente retomar las reflexiones hechas por el Comité Permanente sobre el Derecho de Marcas, Dibujos y Modelos Industriales e Indicaciones Geográficas de la OMPI, que en su octava sesión, celebrada en Ginebra del 27 al 31 de mayo de 2002, sostuvo que:

Las indicaciones geográficas son de carácter territorial por lo que el principio de territorialidad, que se asocia generalmente con la protección de los derechos de propiedad intelectual, se aplica asimismo lógicamente a la esfera de las indicaciones geográficas. Es más, las indicaciones geográficas se establecen y protegen (o se les niega reconocimiento jurídico) sobre la base de leyes y reglamentos aplicables en un territorio determinado.

Pese a lo anterior y, previendo que más que una protección local los activos de propiedad industrial merecen una protección internacional que evite su usurpación o imitación, algunos países han suscrito varios tratados internacionales con esta finalidad, no sin advertir que ello ha resultado una tarea compleja debido a las diferencias existentes a ese respecto en los conceptos jurídicos de distintos países, que se han venido definiendo en función de las distintas tradiciones jurídicas nacionales y en el marco de determinadas condiciones históricas y económicas²⁴. Estos tratados de alguna forma relativizan o, por lo menos, hacen que el principio de territorialidad se vea morigerado. La pregunta que surge entonces es: en virtud de esos tratados, ¿cómo se puede proteger internacionalmente una denominación de origen otorgada por una oficina local?

Para estos efectos resulta de suma importancia el Arreglo de Lisboa^m y su Reglamento Ejecutivoⁿ. El Arreglo de Lisboa—en adelante el Arreglo— se adoptó en 1958, entró en vigencia el 25 de septiembre de 1966 y es administrado por la Oficina Internacional de la OMPI²⁵. Su objetivo es otorgar una protección internacional a las denominaciones de origen mediante un sistema complementario, es decir, para obtener la protección de una denominación de origen en virtud del Arreglo, es requisito que la

1. Decisión 486 de 2000 de la CAN. Artículo 206 La vigencia de la declaración de protección de una denominación de origen, estará determinada por la subsistencia de las condiciones que la motivaron, a juicio de la oficina nacional competente. Dicha oficina podrá declarar el término de su vigencia si tales condiciones no se mantuvieran. No obstante, los interesados podrán solicitarla nuevamente cuando consideren que se han restituido las condiciones para su protección, sin perjuicio de los recursos administrativos previstos en las legislaciones internas de los Países Miembros. m. Es importante advertir que la protección que otorga el Arreglo no excluye la protección que pueda ya existir en un país contratante en virtud de otros tratados internacionales, como el Convenio de París, el Arreglo de Madrid relativo a la Represión de las Indicaciones de Procedencia Falsas o Engañosas en los Productos o el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (Acuerdo sobre los ADPIC), en virtud de acuerdos bilaterales o regionales, o en virtud de la legislación nacional o de la jurisprudencia. n. La última versión del Reglamento fue adoptada en Septiembre de 2011 y entró en vigor el 1 de enero de 2012

denominación de origen esté previamente reconocida y protegida por la oficina local del país de origen quien tiene autonomía legislativa para determinar la forma y demás requisitos para su registro^o. El principal efecto del registro internacional de la denominación de origen es que se evita su usurpación o imitación parasitaria en los países que han suscrito el Arreglo. En palabras de la OMPI,

... los países contratantes deben proteger las denominaciones de origen registradas en la Oficina Internacional contra toda usurpación o imitación de la denominación de origen, incluso si el verdadero origen del producto figura indicado, o si la denominación se emplea en traducción o va acompañada de expresiones tales como “género”, “tipo”, “manera”, “imitación” o similares²⁶.

La protección que otorga el Arreglo se da inmediatamente la denominación ha sido registrada ante la OMPI y se extiende a todos los países que han suscrito el Arreglo; además, se asegura la protección de la denominación sin necesidad de renovación, mientras dicha denominación esté protegida como tal en el país de origen.

Las denominaciones de origen son una herramienta de distinción y competitividad de gran importancia en la industria agrícola

Las denominaciones de origen no están concebidas exclusivamente para la industria agrícola, ya que también pueden servir para reivindicar las cualidades específicas de un producto que sean consecuencia de factores humanos propios de su lugar de origen, tales como las técnicas y los métodos tradicionales de fabricación. Un ejemplo de esto es el término “Bohemia”, considerado denominación de origen en varios países para calificar artículos fabricados en la República Checa con un cristal especial de la región²⁷. Igualmente, en el caso mexicano se reportan ejemplos tales como: “Olinalá” para artesanías de madera, “Talavera” para artesanías en cerámica de Puebla²⁸ o “Chulucanas” para las artesanías en cerámica elaboradas en el distrito de Chulucanas en el Perú²⁹. Sin embargo, es indudable que las denominaciones de origen tienen en la agroindustria su mayor uso e impacto. Como lo afirma la OMPI, “*El ejemplo clásico-hablando de denominaciones de origen- son los productos agrícolas que tienen cualidades que derivan del lugar de su producción y están influidos por factores locales específicos, como el clima y el suelo*”³⁰. Tan importante resulta para el derecho de la propiedad industrial este sector de la economía que ciertos tratados internacionales, como el ADPIC^p por ejemplo, privilegian la protección de las denominaciones de origen en materia de productos vitivinícolas y bebidas espirituosas sobre otros productos³¹.

En este renglón de la industria son numerosos los ejemplos que se pueden citar. En materia de productos cárnicos se destaca el Prosciutto di Parma o jamón de Parma producido en la provincia de Parma, en la región Emilia-Romagna, situada en la parte septentrional del centro de Italia, el cual se elabora exclusivamente con cerdos de esa zona que, por demás, han sido alimentados y criados con técnicas únicas³².

Los aceites también son identificados por sus calidades y orígenes. Con la denominación de origen “Huiled’Olive de la Vallée des Baux de Provence” se identifica el aceite de oliva producido en Baux de Provence en un pequeño territorio de 7 km de ancho y 25 km de largo situado en la orilla oriental

o. Esta exigencia también ha quedado recogida en el documento “PROYECTO DE NUEVO INSTRUMENTO SOBRE DENOMINACIONES DE ORIGEN E INDICACIONES GEOGRÁFICAS”, preparado por la secretaría del Grupo de Trabajo Sobre el Desarrollo del Sistema de Lisboa, en su sexta reunión realizada en Ginebra del 3 a 7 de diciembre de 2012. El numeral 1 del artículo 6 del documento relativo a la solicitud de registro internacional, consagra que: “[Requisito previo] La protección en la Parte Contratante de origen constituye un requisito previo para el registro internacional, y en la solicitud se deberá especificar el acto legislativo o administrativo, la decisión judicial o administrativa o el registro en virtud del cual se ha concedido protección en dicha Parte Contratante a la denominación de origen objeto de la solicitud, así como los datos correspondientes a la protección concedida. p. Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio, de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

del río Ródano en Francia. El suelo rocoso de la zona confiere un aroma característico a las olivas que se utilizan para la preparación del aceite que lo hacen único³³.

En materia de vinos y bebidas espirituosas tenemos ejemplos clásicos como el tequila de México³⁴. *“La producción de tequila está regida por la normativa federal mexicana, que define dónde puede elaborarse, dónde pueden cultivarse las plantas de agave para producirlo, qué es lo que debe figurar en la etiqueta, dónde puede embotellarse y qué cantidad de contenido debe estar elaborada con qué porcentaje de azúcares de agave”*³⁵.

En esta categoría también se destacan los vinos de Georgia que tras una larga tradición vitivinícola ha dado lugar a métodos de producción únicos, como, por ejemplo, el vino elaborado de acuerdo con el “método kajetiano”, según el cual el vino se envejece y se almacena en una vasija especial de arcilla en forma de cono, conocida como *kvevr*, que se ubica en el suelo para ayudar a regular la temperatura de almacenamiento, manteniéndola entre 14 y 15°C. Los vinos producidos de esta manera destacan por su alta extracción y contenido tánico, su aroma distintivo y su sabor único. Bajo la denominación de origen “Vino de Georgia” se han reconocido más de 18 variedades de vinos, tales como: Tsinandali, Teliani, Napareuli, Vazisubani, Mukuzani, Akhasheni, Gurjaani, Kardenakhi, Tibaani, Kindzmarauli, Manavi, Khvanchkara, Tvishi, Kvareli, Atenuri, Svir, Kotekhi, Kakheti (Kakhuri)³⁶.

En esta misma categoría vitivinícola también se destacan las denominaciones de origen “Cognac”, “Roquefort”, “Chianti”, “Porto” y “Champagne”. Esta última utilizada para designar ciertos vinos originarios de la región de Champaña en Francia, que son elaborados con tres tipos especiales de uvas (*Pinotmeunier, pinot noir, chardonnay*) y utilizan como método especial de producción la doble fermentación³⁷.

La producción de quesos también es digna destinataria de estos signos distintivos. El queso “Feta”, por ejemplo, después de una dura controversia internacional sobre suprotección, fue reconocido como denominación de origen a favor de Grecia en el año 2005. La legislación griega es tan específica al respecto que determina la calidad de leche que debe utilizarse en su producción y la zona geográfica donde debe obtenerse. Relacionada con la leche, debe ser de oveja y de cabra. Relacionada con la zona geográfica, debe ser leche de ovejas y cabras de rebaños que pastan libremente en las laderas rocosas de las montañas y las zonas costeras de las islas griegas³⁸.

Otro buen ejemplo de las denominaciones de origen en la producción de quesos es la denominación “Parmigiano Reggiano”, que hace referencia a los quesos parmesanos. El Parmigiano Reggiano es un producto italiano icónico elaborado en una zona muy concreta del norte de Italia: la que ocupan las provincias de Parma, Reggio Emilia, Módena, Bolonia y Mantua. Existen muchos factores decisivos para la particular calidad del queso Parmigiano Reggiano, desde los suelos en los que crece el forraje del que pastan las vacas, la calidad de la leche con que se fábrica y las técnicas con que se elabora que datan de hace más de mil años. Esto hace que el queso sea rico en nutrientes concentrados, en proteínas, en lípidos, en calcio, en fósforo, y relativamente bajo en grasas y colesterol, si se lo compara con otros quesos³⁹. De esta forma, cuando en el etiquetado de un queso parmesano se lea la denominación de origen “Parmigiano Reggiano”, se sabrá con certeza que dicho queso es el único parmesano auténtico⁴⁰.

Finalmente, cómo pasar por alto una denominación de origen que ha engrandecido por años el nombre de Colombia en el mundo: “Café de Colombia”. Esta denominación fue reconocida por la SIC en el 2005 y admitida por la Comunidad Europea en el 2007, en atención a las condiciones del suelo y del clima donde es producido, y por las técnicas en el cultivo, lavado, secado y recolección del grano arábica que son vigiladas estrictamente por la Federación Nacional de Cafeteros –FNC– para garantizar la calidad del producto⁴¹.

La estrategia de protección del café colombiano viene de hace más de cincuenta años. Su protección comenzó en la década de los sesenta con la creación del personaje de Juan Valdez que representa

el típico campesino colombiano. A mediados de los ochenta se creó la marca Juan Valdez. En este momento, la estrategia consistió en conceder licencias de esta marca a los tostadores para que la usasen en sus productos de marca que contenían exclusivamente café de Colombia⁴². Posteriormente, debido a la dificultad en el manejo de la licencia de la marca Juan Valdez, la FNC decidió registrar la marca “Colombiano” como marca de certificación en Estados Unidos y Canadá, con la intención de que quienes decidieran utilizar la marca cumplieran estrictos estándares de calidad. Finalmente, después de haber posicionado suficientemente el café colombiano en el mundo y de lograr una demanda considerable, la FNC optó en el 2005 por obtener el registro de la denominación de origen “Café de Colombia” con las consecuencias jurídicas y económicas que un signo distintivo de esta categoría genera.

CONCLUSIÓN

Con el presente texto se quieren dejar planteadas varias cosas. Primero, que las denominaciones de origen son el signo distintivo idóneo para resaltar la reputación de productos de calidad ligados a una región geográfica específica, lo que les permite diferenciar sus productos en un mercado competitivo, aprovechar el valor de los recursos locales, generar mayores niveles de ingresos y así mejorar los medios de subsistencia. En segundo lugar, la protección de las indicaciones geográficas es un medio de salvaguardar los intereses de los consumidores, que pueden estar seguros de que están comprando productos auténticos y de calidad de una región específica⁴³⁻⁵⁰. Y, tercero, que si bien es cierto, las denominaciones de origen son un signo distintivo que no es exclusivo para identificar las cualidades de productos agroindustriales, es, sin duda, este renglón de la economía en el cual tienen mayor aplicación y proyección en los mercados internacionales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. RENGIFO CARCÍA, Ernesto. Propiedad intelectual. Moderno derecho de autor. 2ª ed. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 1997. p. 23.
2. RÍOS RUIZ, Wilson. La propiedad intelectual en la era de las tecnologías. Bogotá: Universidad de los Andes, 2009. p. 4.
3. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL - OMPI. Principios básicos de la propiedad industrial. Suiza: OMPI, 2009.
4. RODRÍGUEZ-CANO, Robert. (Coordinador). Manual de propiedad intelectual. 2ª ed. Valencia: Tirant lo Blanch, 2003. 21 p.
5. OMPI. Geo indications. [En línea]. [Consultado el 08 de junio de 2012.]. Url disponible en: http://www.wipo.int/geo_indications/en/about.html.
6. GRANADOS ROJAS, Leonardo Gabriel. Las indicaciones geográficas y las denominaciones de origen. Costa Rica: Prodar. S.A. 10 p.
7. LONDOÑO FERNÁNDEZ, José Luis. La denominación de origen y el alcance de su protección. En: Revista La propiedad inmaterial. Universidad Externado de Colombia. 2009. N° 13. p. 1.
8. FERNANDINI, Claudia. La Comunidad Andina. Tendencias en propiedad industrial. En: Revista Propiedad industrial e intelectual en Iberoamérica. 2003. P. 83.

9. COMUNIDAD ANDINA DE LAS NACIONES. Artículo 221 de la Decisión 486 de 2000.
10. CASTRO GARCÍA, Juan David. La propiedad industrial. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 2009. P. 194.
11. CASTRO GARCÍA, Juan David. La propiedad industrial. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 2009. 196.
12. TAMAYO MUÑOZ, Guillermo. La denominación de origen y su relación con otros signos distintivos. En: Revista La propiedad inmaterial. Universidad Externado de Colombia. 2005. N° 5. p. 93.
13. SALDARRIAGA, Chayo. El Sistema de Lisboa. Publicación N° 942(S). Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. p. 3.
14. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL - OMPI. Las denominaciones de origen. Enero de 2012. Publicación N° 40.
15. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL - OMPI. El sistema de Lisboa entra en una nueva era. En: Revista: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. Diciembre de 2008.
16. SALDARRIAGA, Chayo. El Sistema de Lisboa. Publicación N° 942(S). Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. p. 3.
17. VELANDIA, Mauricio. Derecho de la competencia y del consumo. 2ª Ed. Bogotá: Universidad Externado de Colombia. 2011. p. 39.
18. PACHÓN MUÑOZ, Manuel. Protección de los derechos de la propiedad industrial. Bogotá: Temis. 1986. p. 3
19. PÉREZ DE LA CRUZ BLANCO, Antonio. Derecho de la propiedad industrial, intelectual y de la competencia. Madrid: Marcial Pons, 2008. p. 53.
20. *Ibíd.*, p. 53.
21. CASTRO GARCÍA, Juan David. La propiedad industrial. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 2009. 204 p.
22. COLOMBIA. SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO. Denominaciones de origen. [En línea]. [Consultado el 26 de junio de 2012]. Url disponible en: <http://www.sic.gov.co/es/web/guest/denominacion-de-origen>.
23. BARRAGÁN, Carolina y otros. El agotamiento del derecho a la luz del derecho comunitario. Unión Europea y Comunidad Andina. En: Revista La propiedad inmaterial. Universidad Externado de Colombia. 2012. N° 16. p. 229.
24. SALDARRIAGA, Chayo. El Sistema de Lisboa. Publicación N° 942(S). Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. p. 3.
25. *Ibíd.*, p. 3
26. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL - OMPI. Objetivo y características principales del Arreglo de Lisboa. [En línea]. [Consultado el 26 de junio de 2012]. Url disponible en: <http://www.wipo.int/lisbon/es/general/>.
27. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL - OMPI. Geo indications. [En línea]. [Consultado el 08 de junio de 2012.]. Url disponible en: http://www.wipo.int/geo_indications/en/about.html.

28. CASTRO GARCÍA, Juan David., Op cit. p. 198.
29. SALDARRIAGA, Chayo. El Acuerdo de Lisboa. Publicación N° 942(S). Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. p. 6.
30. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL - OMPI. Principios básicos de la propiedad industrial. OMPI. Publicación 895 (S). Suiza.
31. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL - OMPI. El sistema de Lisboa entra en una nueva era. En: Revista: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. Diciembre de 2008. .
32. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL - OMPI. Denominaciones de origen famosas. En: Revista Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. Diciembre de 2008. Suiza.
33. SALDARRIAGA, Chayo. Op. cit. p. 6.
34. SEPÚLVEDA, Cesar. El sistema mexicano de la propiedad industrial. México. 1981.
35. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL - OMPI. Denominaciones de origen famosas. Op cit.
36. KEMASHVILI, Elene. Descorchando el potencial vitivinícola de Georgia. En: Revista Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. Junio de 2012. Suiza.
37. CASTRO GARCÍA, Juan David. Op cit. p. 210.
38. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL - OMPI. Denominaciones de origen famosas. Op cit.
39. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL - OMPI. El parmesano, rey de los quesos. Op cit.
40. Ibíd.
41. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL - OMPI.. El origen importa: dos cafés. Revista: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. Septiembre de 2007. Suiza.
42. ibíd.
43. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL - OMPI. Denominaciones de origen famosas. Op cit.
44. AREAN LALIN, Manuel. Definición y protección jurídica de las indicaciones geográficas. En El régimen Andino de las indicaciones geográficas. Bogotá: Gustavo Ibáñez. 1995.
45. BONILLA SABOGAL, Carlos Andrés. Una pequeña aproximación al principio de veracidad en las denominaciones de origen e indicaciones de procedencia. En: Revista E-mercatoria. Universidad Externado de Colombia. 2004. Vol. 3. N.º 1.
46. CONRAD, Albrecht. The Protection of Geographical Indications in the Trips Agreement. Trademark Reporter. Vol. 86. 1996.
47. ERRÁZURIZ TORTORELLI, Cristina. Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen. Propiedad Intelectual en progreso. En: Revista chilena de derecho. 2010. Vol. 37. N° 2.
48. FERRERO CAVELIER, Mateo. Denominaciones de origen en Colombia: una aproximación al caso del cacao. Tesis de pregrado. Bogotá: Universidad de los Andes, 2008.
49. GRANADOS ROJAS, Leonardo Gabriel. Las indicaciones geográficas y las denominaciones de origen. Costa Rica: Prodar, 2008.
50. LONDOÑO FERNÁNDEZ, José Luis. La denominación de origen y el alcance de su protección. En: Revista La propiedad inmaterial. Universidad Externado de Colombia. 2009. N° 13.