

Indicaciones geográficas y denominaciones de origen.

*Un aporte para su implementación en
Costa Rica*

IICA - PRODAR – MAG - CNP

Febrero, 2004

M.Sc. Leonardo Gabriel Granados Rojas
Ministerio de Agricultura y Ganadería Consejo Nacional de Producción
legranados@costarricense.cr

INDICE DE CONTENIDO

1.PRESENTACIÓN.....	4
2.MARCO TEÓRICO GENERAL DE LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS Y DENOMINACIONES DE ORIGEN.....	5
a.INTRODUCCIÓN.....	5
b.ALGUNOS CONCEPTOS Y ELEMENTOS RELACIONADOS A LAS IOG.....	12
1.Territorio, origen y tradición.....	12
2.Calidad, diferenciación y estrategias de comercialización.....	14
3.Normalización, certificación y control.....	16
c.EL MARCO LEGAL INTERNACIONAL DE LAS IOG.....	20
1.Propiedad industrial, IOG y marcas.....	20
2.Acuerdos y convenios internacionales y su concepción de las IOG.....	21
a. Convenio de París.....	22
b. Acuerdo de Madrid.....	22
c. Arreglo de Lisboa.....	23
d. Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (ADPIC).....	24
e. El papel de la Organización Mundial de la Propiedad Industrial (OMPI) en la administración de los convenios internacionales.....	27
3.Las denominaciones de origen e indicaciones geográficas en la Unión Europea.....	29
a. Antecedentes.....	29
b. Bases de la protección europea.....	30
c. Definiciones.....	30
d. Ámbito de aplicación.....	32
e. El Control.....	33
f. La protección y reserva de las denominaciones de origen.....	33
g. Procedimiento para la obtención de una denominación de origen.....	34
4.Referencia a la situación de las IOG en América Latina.....	38
3.APORTES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS Y DENOMINACIONES DE ORIGEN EN COSTA RICA.....	42
a.LAS SITUACIÓN DE LAS IOG EN COSTA RICA.....	42
1.Antecedentes.....	42
2.La legislación costarricense sobre IOG.....	43
a. La ley de Marcas y otros signos distintivos.....	45
b. Ley de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual.....	47
c. Convenio Centroamericano para la Protección de la Propiedad Intelectual.....	48
3.Productos costarricenses con potencial de Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen.....	48
b.UNA INVESTIGACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LAS IOG EN COSTA RICA.....	53
1.Proyecto Planificación del sistema de denominaciones de origen de los productos agroalimentarios en Costa Rica.....	53
2.El proceso de construcción de una propuesta de reglamento para Costa Rica.....	54
a. Descripción del proceso de elaboración de la propuesta.....	54
b. La propuesta de reglamento del Proyecto.....	56

c. Consideraciones finales a la propuesta de reglamento en relación a algunas limitaciones de la Ley de Marcas.....	60
3.El queso Turrialba: un producto digno de revisar a la luz de las Indicaciones Geográficas.....	61
4.Guía propuesta para la identificación preliminar de una IOG.....	62

c.EL PROCESO DE ESTUDIO DE UN PRODUCTO COMO IOG: EL CASO DEL QUESO TURRIALBA

1.Actividades y metodología.....	66
a. Investigación preliminar sobre el producto y su proceso de fabricación y de los factores que determinan sus características diferenciales y originarias.....	66
b. Sondeo de imagen y consumo del queso Turrialba (Estudio del consumo de queso Turrialba en el área metropolitana).....	67
c. Rescate de conocimientos locales y tradicionales.....	69
d. Análisis de laboratorio de la materia prima (leche).....	69
e. Metodología para el análisis del queso.....	70
f. Evaluación sensorial del queso Turrialba (muestras).....	71
g. Determinación físico-química del queso Turrialba (muestras).....	72
h. Análisis microbiológico del queso Turrialba (muestras).....	72
2.Resultados y discusión.....	73
a. Sondeo de imagen y consumo del queso Turrialba (Estudio del consumo de queso Turrialba en el área metropolitana).....	73
b. Análisis de la condición de producto genérico del queso Turrialba.....	75
c. Análisis de laboratorio de la materia prima (leche).....	79
d. Rescate de conocimientos locales y tradicionales.....	82
e. Evaluación sensorial del queso Turrialba.....	84
f. Determinación físico-química del queso Turrialba.....	88
g. ¿Queso Turrialba: denominación de origen o indicación geográfica?.....	93
h. Construyendo un concepto del “queso Turrialba”.....	93

4.COMENTARIOS FINALES..... 97

5.REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... 102

6.ANEXOS..... 106

1.ANEXO 1. Descripción de la legislación sobre denominaciones de origen en algunos países latinoamericanos.....	107
2.ANEXO 2. Algunas instituciones costarricenses cuyas funciones y actividad tiene relación con aspectos relativos a las IOG.....	133
3.ANEXO 3. Comparación de los contenidos de la legislación sobre IOG entre Costa Rica y la Unión Europea.	148

1. PRESENTACIÓN

El Programa de Desarrollo de la Agroindustria Rural para América Latina y el Caribe (PRODAR) se interesó en la investigación para optar por el Grado de Doctorado realizada por el Máster Leonardo Granados, funcionario de Ministerio de Agricultura y Ganadería, relacionada con el desarrollo de propuestas orientadas a fortalecer el marco legal sobre indicaciones geográficas y denominaciones de origen, así como estudiar casos posibles de productos costarricenses dignos de este tipo de reconocimiento.

Todo el proceso conocido como “Planificación del sistema de denominaciones de origen de los productos agroalimentarios en Costa Rica” recibió el completo respaldo del Consejo Nacional de Producción (CNP) y del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), quienes hoy han logrado de una manera inédita estudiar casos de productos costarricenses sujetos a esta distinción y colocar el tema como una alternativa más para enfrentar la competencia y los nuevos retos que plantea la apertura comercial tanto para los mercados internos como para los mercados de exportación. Contar con un marco jurídico funcionando permitirá en el corto plazo el amparo a productos de Costa Rica con indicaciones geográficas, situación que hoy no existe en la práctica y que sin duda será de una enorme importancia para el sector productor y empresarial costarricense.

En términos generales producto de este esfuerzo conjunto PRODAR-IICA-MAG y CNP, se logró que las instituciones nacionales relacionadas con la promoción, el registro y control de marcas y otros distintivos de calidad participaran en la elaboración de una propuesta de reglamento sobre denominaciones de origen para productos agroalimentarios y en el estudio del caso del famoso Queso “Turrialba”. Este proyecto permitió allanar bastante el camino para la posible aprobación de un reglamento sobre denominaciones de origen y la creación de un ente que vele por la puesta en operación del sistema, temas que ya han sido de conocimiento de las autoridades dentro de la Comisión para la Propiedad Intelectual.

Como se citó anteriormente, este documento presenta en su prime capítulo algunos conceptos y elementos relacionados a las Indicaciones Geográficas (IG) y en el capítulo da un amplia explicación sobre el marco legal internacional IG. La siguiente sección del documento, orientada más al nivel nacional muestra la situación IG en Costa Rica, una investigación para el desarrollo de las IG en Costa Rica y el proceso de estudio del caso del Queso Turrialba. En su sección cuarta y última, se presentan unos comentarios finales que esperamos sirvan como base para continuar con el análisis constructivo hacia la implementación de esta propuesta, la cual será de enorme beneficio para los productos costarricenses que con productos tradicionalmente nacionales podrán distinguirse en el mercado nacional e internacional.

Agradecemos la impecable labor de Leonardo Granados, el equipo de profesionales en el CNP y todas la instituciones nacionales involucradas, así como de los funcionarios del PRODAR y de la Oficina IICA en Costa Rica que hicieron este documento posible.

2. MARCO TEÓRICO GENERAL DE LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS Y DENOMINACIONES DE ORIGEN.

a. INTRODUCCIÓN

La designación de productos agroalimentarios con el nombre de su lugar de producción, en la distribución y venta es una práctica tan antigua como la existencia de los mercados en los que se producían tales transacciones. Al hacerlo, se les confería un valor especial o un mérito particular, reconociéndose implícitamente, la fuerte unión entre el medio natural, a través de factores como suelo, geografía, topografía, clima y cultivos, y el hombre y sus especificidades históricas y culturales expresadas en métodos de producción y transformación, que en conjunto configuran las características propias y la calidad de los productos (Couillerot, 2000).

De este modo, el nombre geográfico de la región determinada llega a confundirse con el producto que ahí se originó y es en ese momento cuando se dan las condiciones para su protección y nace el concepto de denominación de origen como una realidad histórica, cultural, económica y social, que, aunque no haya sido reconocido desde el punto de vista legal hasta entrado el siglo XX, tiene una larga tradición en muchos países, pero especialmente en el mediterráneo europeo (Toubes, 1995).

Las más antiguas de estas designaciones geográficas empezaron con el vino y el aceite de oliva, dada la especial sensibilidad de la vid y del olivo ante pequeñas variaciones de los factores naturales, que son todos aquellos que escapan a la influencia directa del hombre. Para los vinos, hay incluso referencias tan antiguas como las que da la Biblia a vinos como los de Angaddi y de Baal-Hammon o los de Samos, Creta y Thasos en Grecia (Couillerot, 2000).

Es así como en el transcurso histórico del desarrollo económico y comercial de la humanidad, su establecimiento físico en un lugar

Una de los primeros indicios de protección en el derecho español 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, Pozosbermos, 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”

determinado, al igual que el de sus negocios o establecimientos, 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 (**García, M. 2001**).

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.” (**García, M. 2001**).

Estos productos conocidos como *denominaciones de origen* (DO), frecuentemente se enmarcan dentro de un concepto más amplio: las *indicaciones geográficas* (IG)¹. Estos conceptos se definen y regulan de acuerdo con las diferentes legislaciones de ámbito nacional e internacional, pero en general, se refieren al *nombre de un lugar determinado, una región o un país, que se usa para designar un producto que es originario de ese lugar y que sus características o cualidades, su calidad o su prestigio se deben en parte o totalmente al medio geográfico donde se produce, transforma o fabrica, incluidos los factores humanos y naturales.*

Actualmente las IOG se encuentran protegidas en diferentes países del mundo, aunque en cada caso, el marco de la protección lo mismo que el grado y especificidad es variable. Así, pueden encontrarse protegidas en forma indirecta a través de leyes de competencia desleal, leyes de protección del consumidor o leyes para la protección de las marcas de certificación, o bien mediante normativas específicas y más amplias. En todo caso, su protección se enmarca dentro de la legislación en materia de propiedad industrial.

¹ En el presente documento se usará el término *Indicación de Origen Geográfico* (IOG) para referirnos en forma general a este tipo de productos, vinculados de una u otra forma a un origen geográfico reconocible. Sin embargo, se empleará el término *Denominación de Origen* (DO) o *Indicación Geográfica* (IG) cuando se requiera hacer una referencia específica a estos conceptos y a las características que ellos implican o bien porque en la fuente referida se use igualmente el término. En el apartado “Marco legal internacional de las IOG” se presentan las definiciones de estos conceptos en el marco de las diferentes legislaciones internacionales.

En cuanto a normativas específicas puede decirse que el sistema legal más desarrollado lo tiene la Unión Europea (UE), donde tuvo origen el concepto, específicamente en los países mediterráneos, como España, Portugal, Francia, Italia y Grecia, en los que existe una extensa tradición en la valoración y protección de los productos tradicionales y con origen geográfico identificable y los que representan comúnmente signos de identidad cultural.

La UE creó en el año 1992 un marco regulatorio común a todos los estados miembros para la protección y promoción de las DO e IG. La regulación establece los procedimientos de registro desde el ámbito nacional hasta el comunitario, lo cual requiere la definición y descripción precisa del producto, los factores que acreditan el vínculo con el medio natural y la delimitación geográfica; exige la existencia de estructuras de control como órganos con facultades de inspección, sanción y certificación del producto que garanticen el cumplimiento de los requisitos del reglamento interno de cada producto y que deben operar bajo las disposiciones de la norma EN 45011 (condiciones que normalmente no aparecen en aquellas legislaciones que no son específicas).

El ámbito de protección de esta normativa es específico para productos agrícolas y alimenticios, en consecuencia con el tipo de productos que originó el concepto, a diferencia de muchas otras legislaciones, nacionales e internacionales, que generalmente son abiertas en cuanto al tipo de producto.

¿Se utilizan las indicaciones geográficas únicamente para productos agrícolas?

(Esto depende de los alcances de la legislación) Según la OMPI: "La utilización de las indicaciones geográficas no se limita a los productos agrícolas. Pueden asimismo servir para destacar las cualidades específicas de un producto que sean consecuencia de factores humanos propios del lugar de origen de los productos, tales como unos conocimientos y tradiciones de fabricación concretos. El lugar de origen puede ser un pueblo o una ciudad, una región o un país. Un ejemplo es el término "Switzerland" (Suiza) o "Swiss" (suizo), considerado como indicación geográfica en numerosos países para productos fabricados en Suiza y, en particular, para relojes" (<http://www.wipo.org>).

En este contexto, actualmente se observa una tendencia en diferentes regiones del mundo para establecer sistemas de protección más desarrollados, lo que puede explicarse, entre otras, por las siguientes razones:

- La estandarización de la legislación internacional en materia de propiedad intelectual, determinada principalmente por las disposiciones de la OMC y los compromisos adquiridos por los estados miembros en esta materia.

- La inclusión de este tema en los acuerdos y tratados comerciales bi y multilaterales. En este sentido el ADPIC (*Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio*), obliga tanto a que se creen regulaciones nacionales como a iniciar negociaciones para la protección de las indicaciones de terceros países². En este sentido, debe anotarse, que una IOG de un país, inscrita, reconocida y protegida en ese país de origen, solo será protegida en otro país, si existe un acuerdo recíproco de protección o bien si ambos países son signatarios de un mismo convenio internacional de protección (como puede ser el *Acuerdo de Lisboa* o el ADPIC).
- La existencia en diferentes partes del mundo de productos con origen geográfico con características diferenciales y que han adquirido reputación y prestigio, tanto dentro como fuera de sus fronteras, y que en consecuencia requieren de una protección legal contra imitación y fraudes.
- Las función que cumplen las IOG como elemento dentro de las alternativas de desarrollo rural principalmente para las regiones más desfavorecidas. De esta manera se les reconoce su capacidad para favorecer la distribución equitativa de los recursos; de contribuir al rescate, valoración y protección de recursos endógenos (patrimonio gastronómico, materias primas, *saberes* y técnicas tradicionales y mano de obra local); de promover las economías regionales por su capacidad de coordinar la cadena de valor agregado a través de pequeñas y medianas empresas a partir de una región geográfica determinada y en torno a un proceso, a un producto y a una calidad. Además colaboraran reforzando los lazos de identidad regional y cultural y en la preservación de tradiciones.

Tal es el caso en la UE donde las denominaciones de origen son consideradas como un factor de desarrollo rural y tiene una importancia central dentro las políticas de promoción de calidad de productos agroalimentarios, particularmente de la protección de la especificidad de los alimentos de calidad (**MAPA 1998**).

² En este sentido hay que considerar que algunas legislaciones exigen que para el reconocimiento de las IOG de países terceros, estos deben contar con un sistema de protección similar. La normativa de la UE, por ejemplo, establece que los países terceros podrán registrar productos con denominación de origen en su territorio, si estos están en capacidad de ofrecer garantías idénticas o equivalentes a las mencionadas en el *Pliego de Condiciones* de la normativa europea y disponen de un régimen de control equivalente, a la vez que deben conceder a los productos agrícolas o alimenticios que procedan de la UE una protección equivalente a la propia. Esto como condición para una futura homologación del sistema.

- La conveniencia de aprovechar las ventajas comerciales de productos con atributos de valor agregado que pueden posicionarse en nichos de mercado en forma prestigiosa y con seguridad legal (como lo son las características diferenciales otorgadas por el medio geográfico y por los procesos propios de fabricación en estos productos, y en muchos casos, según la concepción y legislación en cada país, por su calidad superior).

Comercialmente, las características diferenciales de estos productos junto a los estándares de calidad que con frecuencia deben cumplir, ha favorecido su acceso a ciertos segmentos de mercado, en un momento en que la demanda por alimentos y bebidas regionales específicas está en crecimiento (**Ilbery et al 2000, Martin 2001**).

En este sentido, se ha observado que a pesar de la tendencia a la estandarización de los productos agrolimentarios, un importante y creciente sector de los consumidores prefieren los productos artesanales, locales, de sabores y olores particulares y que encierran en si mismos la tradición del territorio donde se

En la Unión Europea, según encuestas realizadas, un 30% de los europeos considera que el origen es un factor importante, un 76% afirma consumir productos alimenticios fabricados de manera tradicional y un 43% se fija en el etiquetado para identificar los productos elaborados en forma tradicional. Los datos también reflejan que cinco de cada diez europeos han oído hablar de las denominaciones de origen, cuatro de cada diez las han comprado, y uno de cada dos europeos manifiesta una mayor confianza en los productos si la UE garantiza su vínculo con un lugar determinado o el modo tradicional de elaboración (citada por Moscoso, A., 1998).

originaron (**Ilbery B, Kneafsey M, Bamford M, 2000; Martin MA, 2001**).

- Las IOG promueven el mejoramiento de la calidad de los productos y la aplicación de sistemas de gestión de calidad y trazabilidad. Aunque el factor calidad no está siempre presente en las IOG, cuando estas se conciben dentro de las políticas de mejoramiento de la calidad agroalimentaria, se constituyen en un sinónimo de calidad, que frecuentemente va más allá de la calidad básica referida a la sanidad e inocuidad, para convertirse en una “calidad superior” que se ofrece voluntariamente.
- Son un medio de otorgar confianza a los consumidores, en cuanto a garantías de origen, tradición, características y calidad.

Desde el punto de vista del marco legislativo internacional, existe una serie de convenios y acuerdos para el registro y la protección de los productos con denominación de origen en las relaciones comerciales internacionales. Los acuerdos más importantes son el *Acuerdo de Madrid*, relativo a la represión de las indicaciones de procedencia falsas o engañosas en los

productos, el *Arreglo de Lisboa* para la Protección de las denominaciones de origen y su registro internacional y el *Convenio de París* para la protección de la propiedad industrial.

Más recientemente, el *Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio* (ADPIC), uno de los tres pilares de la Organización Mundial del Comercio (OMC), define un estándar mínimo para la protección de derechos de propiedad intelectual en los países miembros, incluidas las Indicaciones Geográficas.

El ADPIC suscrito en el seno de los acuerdos internacionales del GATT firmados en Marrakesh el 15 de abril de 1994, el ADPIC es una parte integral del los Acuerdos de la OMC y ha sido firmado por los 135 países miembros de la OMC. A través de este acuerdo se ha aumentado la protección internacional y la adaptación de las legislaciones nacionales a los estándares mínimos de protección, constituyéndose en el más importante acuerdo internacional de protección de indicaciones geográficas jamás firmado.

En América Latina, por su parte, la legislación sobre IOG es muy variable en sus definiciones y concepciones, sin embargo, las recientes reformas en las legislaciones nacionales y la adopción de normas de propiedad intelectual en el marco de los esquemas de integración en la región, han acarreado cambios sustantivos en diversas áreas de la propiedad intelectual, incluidas las denominaciones de origen, y han acercado las legislaciones a los estándares mínimos dispuestos en el Acuerdo ADPIC (**Correa 1996**).

Igualmente, es aún incipiente la práctica de resaltar en forma distintiva, mediante un sello de calidad, una característica diferenciadora en los productos alimenticios, y relativamente pocos países han desarrollado algún tipo de sello de calidad para estos productos, y solo algunos están en proceso de implementar alguna modalidad de protección. Por su parte, la distinción de productos mediante la denominación de origen hasta ahora se ha considerado solo a nivel de proyecto en tres países de la región (**Oyarzún y Tartanac 2002**).

En Costa Rica no opera actualmente un sistema de protección las IOG, a pesar de que el país reúne condiciones favorables que sugieren sobre sus potenciales beneficios. Para los productos agroalimentarios en particular, una de estas condiciones es la tradición agrícola del país, cuyo sector agropecuario representa un porcentaje importante del PIB nacional y constituye una de las principales actividades generadoras de empleo.

Además, el territorio costarricense presenta una gran diversidad geográfica y edafo-climática con particularidades culturales y sociales, expresadas en modos de producción y elaboración propios que favorecen la diversidad y diferenciación de productos agroalimentarios con diferentes formas y grados de vinculación al territorio.

En Costa Rica se introdujo recientemente el primer marco normativo sobre denominaciones de origen e indicaciones geográficas a través de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos (Ley 7978 de 6 de enero de 2000 y su Reglamento de febrero 2000), que dedica un capítulo a su definición y regulación. Sin embargo, se ha considerado que esta legislación no aporta los elementos suficientes para un adecuado desarrollo de las IOG, además de que no existe una estructura de organización específica.

Finalmente, debe considerarse que el establecimiento de un sistema de protección es normalmente costoso y requiere esfuerzos específicos, tanto para la adecuación de un marco normativo y administrativo nacional, como en los aspectos de orden técnico propio de los productos.

Los estudios propios acerca del origen, historia y tradición del producto, la identificación de los vínculos territoriales, al igual que la caracterización y estandarización de un producto y de su sistema de producción y transformación requiere costos que pueden ser apreciables. Igualmente son costosos, los sistemas de control y “certificación” que deben establecerse para garantizar las cualidades diferenciales y la calidad de los productos, principalmente para escalas pequeñas de producción para mercado interno.

b. ALGUNOS CONCEPTOS Y ELEMENTOS RELACIONADOS A LAS IOG

1. Territorio, origen y tradición

El concepto de *territorio* se refiere a las condiciones del área geográfica, estrictamente definida, en que se produce un producto y abarcando factores de clima, naturaleza del suelo, flora salvaje, variedades de plantas cultivadas, animales de granja, que en conjunto contribuyen a dar propiedades originales e individualidad o especificidad a un producto.

Sin embargo, los factores físicos no son suficientes para denotar una designación de origen. Los factores humanos, como el talento y la imaginación de las personas expresados en la *tradición*, es decir en el conjunto de prácticas, enriquecidas por la experiencia y transmitidas de generación en generación y que incorporan los conceptos de costumbres locales y el *saber-como*, son elementos centrales de las denominaciones de origen. De este modo la tradición está

¿Qué es el 'terroir'? "La palabra terroir designa la asociación entre, una tierra, un suelo y un microclima particulares que otorgan al vino un carácter singular" (Le Classement des Vins et Domaines de France', Michel Bettane y Thierry Desseauve). Es decir, el "terruño" no es sólo una porción de tierra sino una interacción de múltiples elementos que se explica en una triple dimensión: la propia composición del suelo, la orografía del terreno y el microclima en el cual se encuentra...

Todos ellos, con sus múltiples combinaciones, conforman y tipifican un entorno único en el cual se desarrolla la cepa. De este modo se sientan las bases para que el viticultor y el enólogo elaboren vinos distintivos que expresen todas las bondades de su terruño.

ligada al territorio de producción y a la historia de un producto y termina estableciendo las recetas y métodos tradicionales de fabricación.

Este conjunto de factores determinan la diferenciación o *tipicidad*³ de las denominaciones de origen en su triple dimensión geográfica, histórica y cultural. **Caldentey y Gómez** (1996) resumen esta relación de la siguiente forma:

³ La palabra *tipicidad* es un neologismo muy reciente que no está definido en forma nítida. Tiene un significado similar al concepto de "especificidad" y está fuertemente ligado a la calidad. El diccionario de la Real Academia Española define típico como "característico o representativo de un tipo" y "peculiar de un grupo, país, región, época, etc".

Geográficamente, el territorio condiciona la producción por sus características naturales edafoclimáticas, siendo este condicionamiento mayor cuanto más básico sea el producto,

culturalmente, el territorio aporta tipicidad al ligar la producción y/o el consumo de un producto a costumbres o representaciones colectivas en torno al mismo,

históricamente, la tipicidad viene representada por el anclaje en el tiempo de las prácticas, métodos o conocimientos sobre el producto (anterioridad, continuidad, permanencia).

Para el caso de las denominaciones de origen, la tipicidad se define de acuerdo a dos dimensiones, la dimensión horizontal, que es la característica de un producto que, implícita o explícitamente lo diferencian de otros productos de la misma familia, y la dimensión vertical que liga las características originales y la singularidad del producto a su origen geográfico.

Tanto la comprensión y explicación del origen de un producto, como las interrelaciones con su “cultura”, así como la delimitación del área de producción, transformación y proceso, son aspectos fundamentales en las IOG.

En las legislaciones sobre IOG en que se requiere la elaboración de un documento normativo (conocido frecuentemente como *pliego de condiciones*) como requisito para la inscripción y control de un producto, normalmente se solicita que esta delimitación⁴, junto a las características diferenciales que otorgan tipicidad al producto (constituida por sus características físicas, químicas, microbiológicas y sensoriales), sea establecida claramente en ese documento, junto con los demás estudios que demuestren el vínculo del producto con el medio geográfico en sus dimensiones natural y humana.

Algunos elementos son fáciles evaluar o son de por sí conocidos (por ejemplo, los aspectos geológicos, climáticos y físico-químicos), otros, particularmente los rasgos sociológicos basados en el conocimiento y en el *saber como* son más difíciles de definir.

⁴ La unidad territorial debe corresponder a aquellos límites dentro de los cuales se ha originado el producto, independientemente de criterios de división política, administrativa u otra y puede por tanto ser un país, una región o incluso una comunidad. En muchos casos (en la UE), el área geográfica de producción de materia prima no corresponde necesariamente al área de fabricación o transformación.

Además, como ya se ha indicado, el grado de la relación entre el producto y el territorio es siempre variable.

De esta forma, existen productos registrados como IOG en los que el vínculo es fácilmente reconocible pues está determinado por una raza o variedad vegetal nativa de la región o que con el tiempo ha adquirido rasgos propios; en otros, esta condición no ocurre, y más bien es el método de fabricación el que determina las características peculiares o diferenciales del producto.

El Queso Manchego, inscrito en la UE como Denominación de Origen Protegida (DOP), y producido en La Mancha, una extensa Comarca que ocupa partes importantes de las actuales provincias de Ciudad Real, Toledo, Cuenca y Albacete, presenta vínculos claros con el territorio.

Uno de ellos es la raza de oveja cuya leche es utilizada en su fabricación: la Manchega, originaria de La Mancha.

Además, el método de fabricación debe cumplir con una estricta normativa que define las características del queso. Entre ellas, la maduración de los quesos tiene una duración no inferior a 60 días contados a partir de la fecha del moldeado, aplicándose durante este período las prácticas de volteo y limpieza necesarias hasta que el queso alcanza sus características peculiares, como su retrogusto de intenso aroma a leche de oveja manchega.

2. Calidad, diferenciación y estrategias de comercialización

La calidad es un concepto intuitivo y objetivable, que se refiere al conjunto de propiedades o características de un bien que permiten apreciarlo como igual o mejor que los restantes de su mismo grupo, y por lo tanto a su capacidad para satisfacer necesidades tanto explícitas como implícitas⁵. Una vez asegurados los mínimos que garantizan la seguridad y la sanidad de un producto, es el componente subjetivo del concepto de calidad, el que determina la elección de uno u otro **(Revilla, 1996)**.

Para los productos alimentarios, la calidad es un concepto complejo y cambiante que abarca numerosos factores, tales como la seguridad sanitaria, el sabor, la adecuación al uso que se vaya a dar al producto, la gastronomía e incluso la lealtad de las transacciones y la confianza entre proveedor y cliente. Estos distintos aspectos cambian en función de la dinámica económica y social.

⁵ La calidad *implícita* se refiere a las características propias del bien o servicio y son las condiciones básicas de sanidad, seguridad, etc... que deben cumplirse según la legislación básica. La calidad *explícita* es variable y relativa, pues corresponde a una exigencia declarada por los usuarios dependiendo de sus necesidades particulares. Se habla también de calidad *latente* o *potencial* que se refiere a lo que aún no es explícito pero que lo será en el futuro, y que ofrece posibilidades de desarrollo de productos a través de la diferenciación por lo que está basada en atributos de valor particulares. En este tipo es de interés para las IOG.

Así, la calidad, debe estar necesariamente relacionada con el sistema de uso, utilización y el valor que satisface los gustos, necesidades y requerimientos de los clientes, según sus cualidades denoten un grado de excelencia o superioridad en su género (**Colon, 1999**).

Ese conjunto de atributos, propiedades, características distintivas pueden ser medidos según una serie de variables continuas o discretas que permiten una clasificación según un determinado conjunto de clases o rangos, determinados por una normalización y tipificación preestablecida. Cada grado (clase, tipo, nivel,...) de calidad de un bien o servicio originará en cada momento una cierta expectativa de preferencia en la demanda de un usuario o consumidor, y será uno de los aspectos importantes del análisis competitivo (**Colon, 1999**).

Para **Caldentey y Gómez, (1996)**, de los cuatro elementos básicos que los productos de calidad aportan al consumidor, a saber: *satisfacción* (placer, saciedad, identificación,...), *servicio* (comodidad, practicidad, ahorro de tiempo,...), *seguridad* (inocuidad, resistencia, fiabilidad,...), y *salud* (valor nutricional, daños en el organismo, aportes complementarios,...), los *productos típicos* básicamente aportan los relativos a *satisfacción*, mientras que pueden ser neutrales e incluso, en ocasiones, adversos a los otros tres elementos.

Con relación a las características diferenciales de los productos con denominación de origen, sus posibles estrategias de comercialización y sus perspectivas de mercado, **Berga y González (1999)** hacen las siguientes consideraciones.

En general, desde la perspectiva de la calidad y de las estrategias de comercialización de los productos agroalimentarios existen dos grandes grupos genéricos de posibilidades:

- a. la producción de materia prima homogénea a bajo precio.
- b. La diferenciación de productos para abastecer espacios vacíos u oportunidades de mercado.

La diferenciación del producto, además de constituir una oferta distinta y ser sustantiva para el consumidor, debe cumplir, entre otras, ciertas características:

- a. Ofrecer un valor superior al cliente frente a productos alternativos.
- b. Su base diferenciadora debe ser sostenible y defendible a largo plazo, es decir no fácilmente imitable.

c. Debe ser económicamente viable.

Por otra parte, de acuerdo con la economía de la información, en la acción de compra se consideran tres clases de características para los productos, que a su vez pueden verse afectados de forma diferencial por la presencia de un producto con denominación de origen:

- a. Características de *búsqueda*, que son las que el consumidor identifica antes de la compra y puede evaluar su nivel de calidad.
- b. Características de *experiencia*, que sólo pueden ser identificadas y evaluadas después de la compra.
- c. Características de *confianza*, es decir, aquellas que el consumidor no podrá identificar y evaluar ni siquiera tras su consumo.

Un producto puede tener estos tres tipos de atributos. Las denominaciones de origen influyen en los tres, pero, en la medida en que predominen las características de *confianza* las denominaciones de origen jugarán un papel de mayor diferenciación.

Así también, la denominación de origen reduce la necesidad de información sobre los atributos de búsqueda, al estar altamente correlacionada con algunos de ellos y puede, por tanto, ser utilizada como criterio de inclusión en el conjunto considerado. De forma similar la denominación puede ser utilizada como criterio de inclusión referido a atributos de experiencia y sirve igualmente para reducir el riesgo en la evaluación de esos atributos.

La denominación tiene otros dos efectos sobre la decisión de los consumidores: genera inercias y lealtad de marca y, por otra parte, puede ser un atributo con valor en sí mismo para el consumidor.

Sin embargo, los efectos benéficos de la diferenciación de productos sólo se materializan en la medida en que se aseguran las oportunidades de acceso a los mercados para tales productos, por lo que es preciso crear las condiciones que permitan a los consumidores escoger los productos basándose en sus características específicas, de modo que la elección del consumidor pueda premiar a dichos productos.

3. Normalización, certificación y control

En general, una norma es un documento escrito, accesible al público, de cumplimiento voluntario, que establece unas reglas evolutivas referentes a directrices o especificaciones

técnicas, elaboradas por un organismo reconocido, con el acuerdo de todas las partes interesadas.

Todo producto protegido por una IOG debe tener una calidad especial o diferencial.

Uno de los mecanismos que se utilizan para que el producto adquiera esa calidad son las normas, pues estas garantizan que el producto al que se aplica la IOG ha sido elaborado con estricto apego a las especificaciones y características que las normas establecen, en este caso, las características del producto, de los procesos de producción de materia prima y de fabricación y de los métodos de análisis y control. El cumplimiento de esas normas se

vuelve obligatorio para quienes decidan utilizar el nombre de la IOG y beneficiarse de las ventajas potenciales que le otorga ese derecho.

Esta condición permite que las IOG sean consideradas productos con *sellos de calidad*, característica de calidad que está por encima del nivel básico de inocuidad que debe cumplir todo producto alimenticio.

Un sello de calidad es idóneo en la medida que sea verificado por una entidad independiente del productor o de la empresa que elabora el alimento. A esta entidad u organismo de control y/o certificación, se le asigna la responsabilidad de verificar, en base a análisis objetivos y de acuerdo a estándares preestablecidos, que el producto responde a los atributos de valor que ostenta.

En rigor, la acción de las entidades certificadoras debe ser acreditada por organismos oficiales que validan su función, normalmente en base a normas internacionales, con el objetivo de asegurar independencia, transparencia, eficiencia y confidencialidad en sus procedimientos.

Ventajas de la normalización y certificación:

Para los fabricantes:

- *clasifica los tipos de productos;*
- *diferencia los productos de su competencia;*
- *facilita la comercialización de los productos, su introducción en nuevos mercados y su exportación;*
- *acceder a clientes que exigen un sistema de la calidad certificado;*
- *ayuda a definir las especificaciones de los productos en los documentos de compra; mejorar su valoración (evaluación) como proveedor.*
- *reducir las auditorias realizadas por los clientes.*

Para los consumidores:

- *establece niveles de calidad y seguridad de los productos y servicios;*
- *ofrecen al consumidor una mayor confianza en el producto que adquieren;*
- *informa de las características del producto;*
- *facilita la comparación de las características de los productos de diferentes ofertas.*

Para la Administración:

- *simplifica la elaboración de textos legales;*
- *ayuda a establecer políticas de calidad, medioambientales y de seguridad;*
- *facilita el comercio.*

Las normas internacionales más extendidas relativas a los organismos que realizan la certificación de productos son las de la serie ISO 65 y EN 45011 que describen las exigencias con que deben cumplir los organismos de control y certificación.

Según estas normas, todos los sistemas de certificación de productos de un organismo de certificación deben gestionarse en el marco de un *sistema de gestión de calidad* estandarizado. La guía ISO 65 y la EN 45011 describen los

Control y certificación de vinos españoles de calidad. *La nueva Ley del Vino española, dispone que el Reglamento de cada vino de calidad establecerá su sistema de control que, en todo caso, estará separado de la gestión y que será efectuado:*

- *bien por un organismo público que actuará de acuerdo con los principios de la Directiva sobre el control oficial de alimentos (89/397/CEE),*
- *bien por un organismo independiente (privado) de inspección acreditado en el cumplimiento de la norma sobre “Criterios generales para el funcionamiento de los diversos tipos de organismos que realizan inspección” (UNE-EN 45004).*
- *bien por un organismo independiente (privado) de control autorizado y acreditado en el cumplimiento de la norma sobre “Requisitos generales para entidades que realizan la certificación de producto” (UNE-EN 45011).*

elementos de un sistema de este tipo, como por ejemplo, exigencias en la estructura y el desarrollo de la organización, en el personal, en el desarrollo formal del proceso de certificación, en la documentación y en la consolidación de la confidencialidad de un organismo de control o certificación.

En el caso de la UE, la normativa establece que los organismos de control deben cumplir los requisitos establecidos en la norma EN 45011, al ser estos órganos capacitados para la concesión de certificados y marcas de conformidad.

Sin embargo, hay que aclarar que la certificación de productos IOG por organismos formal y oficialmente acreditados, no es exigida en la normativa de la UE (ni prácticamente en ninguna legislación sobre IOG, incluyendo la internacional), sino solamente que los órganos de control operen de acuerdo a los principios de la norma EN 45011; no obstante, si existe una clara tendencia al traslado de los órganos de control y/o certificación hacia sistemas oficialmente acreditados. Esta tendencia es observada en la certificación de productos y procesos agroalimentarios en general, por lo que es conveniente prever las condiciones para el desarrollo futuro de sistemas formales de certificación para productos con IG/DO.

El pliego de condiciones, conocido también como código de prácticas, cuaderno de especificaciones o reglamento técnico, es el instrumento normativo que se emplea en las IOG, aunque debe insistirse en que esto va a depender de la normativa específica de cada

país. En la mayoría de los casos de legislaciones que no son específicas (al menos en América Latina aunque tampoco en la legislación internacional), los conceptos de normalización, control y certificación de las IOG, no son considerados, y en consecuencia, tampoco lo es el *pliego de condiciones*. Por esta razón no puede hablarse de garantías de diferenciación, estandarización e incluso origen para los consumidores, perdiéndose el beneficio potencial de un sello de calidad.

c. EL MARCO LEGAL INTERNACIONAL DE LAS IOG

1. Propiedad industrial, IOG y marcas

La propiedad intelectual se divide en dos categorías: la *propiedad industrial*, que incluye las invenciones, patentes, marcas, dibujos y modelos industriales e indicaciones geográficas de origen; y el *derecho de autor*, que abarca las obras literarias y artísticas, tales como las novelas, los poemas y las obras de teatro, las películas, las obras musicales, las obras de arte, tales como los dibujos, pinturas, fotografías y esculturas, y los diseños arquitectónicos. Los derechos relacionados con el derecho de autor son los derechos de los artistas intérpretes o ejecutantes sobre sus interpretaciones o ejecuciones, los derechos de los productores de fonogramas sobre sus grabaciones y los derechos de los organismos de radiodifusión sobre sus programas de radio y de televisión (<http://www.wipo.org>).

La vinculación de un producto con una región determinada, así como su facultad de impedir su uso cuando no esté autorizado, otorga a las denominaciones de origen la característica de signo distintivo que permite su identificación, motivo por el que se incluyen en la materia del derecho de la propiedad industrial. Sin embargo, algunos han considerado que, debido a su doble papel como identificador del origen del producto e indicador de su calidad, pueden considerarse tanto signos distintivos de la propiedad industrial como figuras jurídicas independientes de dicha institución,

Un argumento contra la pertenencia de las denominaciones de origen al derecho de la propiedad industrial, es que la denominación no otorga a su titular un derecho particular, pues por su función de identificar el origen geográfico del producto y no su origen empresarial, no supone un derecho individualizado de utilización en exclusiva, sino colectivo, en el que todos los productores y elaboradores que reúnan los requisitos exigidos por la reglamentación tienen derecho a su utilización y su titularidad, por tanto, pertenece a la Administración y no a los órganos de control ni a los productores.

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.

En todo caso, las DO se pueden diferenciar de las marcas básicamente por: **(Pérez-Bustamante, 1999)**:

- la utilización de un indicador geográfico concreto que refleja su procedencia;
- su dimensión colectiva, que permite aunar y coordinar los esfuerzos de producción y promoción de un conjunto de empresarios industriales agroalimentarios;
- requerir de la existencia de una tradición en la utilización del signo distintivo, que vincula el producto, el lugar geográfico y la calidad, lo que determina que su nombre no sea libremente escogido;
- establecerse con vocación de permanencia, y a diferencia de la marca, no caduca;
- centrarse en destacar la importancia del lugar geográfico y diferenciarse en función de su origen regional; la marca resalta el origen empresarial y lleva implícita una garantía de calidad que puede permitir la valoración de su prestigio.

¿Cuál es la diferencia entre una indicación geográfica y una marca?

Una marca es un signo que utiliza una empresa para distinguir sus propios bienes y servicios de los de sus competidores. La marca confiere a su titular el derecho de impedir a terceros la utilización de la misma. Una indicación geográfica indica a los consumidores que un producto procede de cierto lugar y posee ciertas características derivadas de dicho lugar de producción. La indicación geográfica puede ser utilizada por todos los productores que fabrican sus productos en el lugar designado por la indicación geográfica y cuyos productos comparten las cualidades típicas de su lugar de origen. (<http://www.wipo.org>).

La categoría de marca comercial conocida como **marca de certificación**, se asemeja en algún aspecto a la IOG, no obstante que continua siendo una forma de identificar el origen empresarial y no geográfico del producto. En general, la marca de certificación se entiende como *un signo que sirve para certificar o garantizar la calidad, característica, origen u otros factores relativos a los productos o servicios amparados por la marca, ella certifica o garantiza a los consumidores que los productos o servicios cumplen determinadas normas de calidad, reúnen determinadas características o tienen un origen determinado.*

2. Acuerdos y convenios internacionales y su concepción de las IOG

La protección internacional de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas está basada en tratados o acuerdos bi y multilaterales. Los principales acuerdos que incluyen disposiciones sobre la protección de las IOG son los siguientes:

- El Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial (de 20 de marzo de 1883; enmendado el 28 de septiembre de 1979).

- El Acuerdo de Madrid, relativo a la represión de las indicaciones de procedencia falsas o engañosas en los productos, (de 14 de abril de 1891; última revisión de 31 de octubre de 1958).
- El Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional (de 31 de octubre de 1958; modificado 28 de septiembre de 1979).
- El Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC; artículos 22 a 24) en el marco de la Organización Mundial del Comercio (OMC) (1994).

a. Convenio de París

Con el fin de asegurar a sus propios ciudadanos la posibilidad de obtener protección en Estados extranjeros, en 1883, once Estados establecieron la Unión Internacional para la Protección de la Propiedad Industrial, firmando el *Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial* (de 1883 con última modificación en 1979). Desde esa fecha, el número de miembros de la Unión de París en todo el mundo ha ido aumentando continuamente.

Este Convenio aporta una de las primeras referencias, aunque poco precisas, a las indicaciones geográficas de procedencia en distintos acuerdos internacionales, e incluye a las indicaciones de procedencia y las denominaciones de origen, como objeto de la protección otorgada por la propiedad industrial, sin embargo no aporta definiciones para ninguno de estos conceptos.

El objetivo del Convenio fue el de reforzar la cooperación de las naciones soberanas en materia de propiedad industrial.

b. Acuerdo de Madrid

Posteriormente, el *Acuerdo de Madrid, relativo a la represión de las indicaciones de procedencia falsas o engañosas de productos* (de 1891 con última modificación en 1958), puede considerarse el primer acuerdo específico firmado entre países para proteger sus denominaciones de origen e indicaciones geográficas. Sin embargo, este acuerdo es más bien referido a las *indicaciones de procedencia*, las que define como “...productos que lleven una indicación falsa o engañosa en virtud de la cual resulten indicados directa o indirectamente, como país o

como lugar de origen, alguno de los países firmantes del Arreglo, o un lugar situado en alguno de ellos...”, el cual es un concepto distinto al de IOG⁶.

c. Arreglo de Lisboa

El Acuerdo de Madrid no fue firmado por todos los países europeos y algunos consideraban la protección de las DO como inadecuada, por lo que negociaron el *Arreglo de Lisboa* de 1958.

Constituido el 31 de octubre de 1958 (revisado el 14 de julio de 1967 y modificado 28 de septiembre de 1979), el *Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional* fue firmado inicialmente por diecisiete estados europeos.

El Arreglo dispone que los países firmantes se comprometen a proteger en sus territorios las denominaciones de origen de los productos de los otros países de la Unión, reconocidas y protegidas como tales en el país de origen y registradas, a través de las Administraciones nacionales, ante la Organización Mundial de la Propiedad Industrial (OMPI).

Este arreglo aporta la primera definición de *denominación de origen* en un acuerdo internacional, a saber:

Se entiende por denominación de origen, 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.

Esta definición implica fundamentalmente tres condiciones para las DO:

- Que deben ser nombres geográficos.
- Que deben servir como designación del origen geográfico
- Que las características del producto sean esencialmente atribuidas al medio geográfico.

⁶ El concepto de *indicación de procedencia* implica básicamente un vínculo entre un producto y su origen geográfico pero solo como una referencia o indicación al lugar (localidad, región, país) donde se realiza su extracción, producción o fabricación. El concepto no distingue cualidades, atributos o calidad en el producto, ni tampoco la relación entre estos y su medio geográfico de origen. El producto puede ser identificado con palabras, frases, símbolos, emblemas u otros asociados al medio geográfico, o simplemente con leyendas como “hecho en...”.

La definición de **Denominación de Origen Protegida** (DOP) que aparece en la normativa europea, es similar a la anterior, aunque en este caso su ámbito de aplicación es solo para productos agrícolas y alimenticios.

La normativa de la UE ha establecido también el concepto de **Indicación Geográfica Protegida**⁷ (IGP), similar a la DO pero en la que el grado de vinculación entre el producto y el medio geográfico es menor, pues solo solicita... *que posea una cualidad determinada, una reputación u otra característica que pueda atribuirse a dicho origen geográfico, y cuya producción y/o transformación y/o elaboración se realicen en la zona geográfica delimitada.* Como se desprende, pueden ser condiciones suficientes para una IGP una reputación atribuida a su origen geográfico y que una de las fases del producto se realice dentro del territorio.

d. Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (ADPIC)

Por otra parte, con la creación de la Organización Mundial del Comercio (OMC), y a causa de las negociaciones promovidas por la U.E.⁸, se introduce el concepto de **Indicación de Origen Geográfico** (IOG) o **indicación geográfica** como una nueva categoría de derecho de propiedad intelectual y que aparece dentro del *Acuerdo sobre los aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio* (ADPIC o TRIPS, por sus siglas en inglés).

La OMC utiliza este término como un común denominador para referirse a varios conceptos e instrumentos utilizados por los estados miembros para indicar bienes de origen geográfico y evitar confusiones con términos específicos que están legalmente definidos en cada país o región (denominaciones de origen, indicaciones geográficas).

El ADPIC da la siguiente definición de IG:

⁷ La regulación incluye otra categoría propia: *Especialidad Tradicional Garantizada* (ETG) que tiene por objeto destacar una composición tradicional de un producto o un modo de producción o elaboración específico y tradicional y no hace referencia al origen geográfico. Las características específicas son entendidas como “el elemento o conjunto de elementos por los que un producto agrícola o alimenticio se distingue claramente de otros productos agrícolas o alimenticios similares pertenecientes a la misma categoría”.

⁸ El Acuerdo ADPIC refleja un compromiso muy sensitivo en una área que fue una de las más difíciles de negociar durante la Ronda de Uruguay. Esta sensibilidad puede ser atribuida a, entre otras cosas, al crecimiento en el reconocimiento del significado comercial de las indicaciones geográficas, en particular para los productos y alimentos agrícolas, en países exportadores que temen perder el valor agregado obtenido de sus IG (WIPO/GEO/MVD/01/1. **De Sousa, D. 2001**).

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

Esta definición es más amplia y menos exigente que la DO en cuanto al vínculo del producto con su territorio de origen, e implica en principio, las siguientes condiciones:

- La indicación debe necesariamente identificar a un bien pero no necesariamente con el nombre geográfico, pueden ser símbolos, emblemas, u otros asociados con el origen geográfico. El área geográfica designada igualmente debe identificar a la región.
- El bien debe poseer “una calidad dada”, una “reputación” u “otra característica” atribuida esencialmente a su origen geográfica. En consecuencia, se acepta la reputación como factor suficiente para establecer una IG.
- No establece explícitamente algún nivel de homogeneidad en la distinción de las características o calidad del bien.

El ADPIC, presenta dos niveles de protección dependiendo del bien a proteger:

- Un nivel que delimita el ámbito básico de protección para todos los bienes distintos a vinos y bebidas espirituosas (*Artículo 22 – ADPIC*).
- Un nivel de protección que delimita una protección adicional disponible exclusivamente para vinos y bebidas espirituosas (*Artículo 23 – ADPIC*).

En general, la *legislación básica* para todos los bienes y productos en general está referida a lo siguiente:

- impedir la utilización de cualquier medio que, en la designación o presentación del producto, indique o sugiera que el producto de que se trate proviene de una región geográfica distinta del verdadero lugar de origen, de modo que induzca al público a error en cuanto al origen geográfico del producto;
- impedir cualquier otra utilización que constituya un acto de competencia desleal (en el sentido del artículo 10bis del Convenio de París);
- autorizar al estado Miembro a denegar o invalidar el registro de una marca de fábrica o de comercio que contenga o consista en una indicación geográfica de productos no originarios del territorio indicado, si su uso puede inducir al público a error en cuanto al

verdadero lugar de origen; salvo que la marca se hubiera estado utilizando de buena fe en ese territorio con anterioridad a la aplicación del ADPIC en el país, o que la marca que se está utilizando haya sido registrada con anterioridad a que la IG estuviera protegida en su país de origen.

- no existe obligación de proteger las IG que no están o dejaron de ser protegidas en su país de origen, o que han caído en desuso. Es decir, la protección en el extranjero es dependiente de la continuidad de la protección en el ámbito nacional.

La protección adicional para los vinos y bebidas espirituosas, abarca otros elementos adicionales:

- autoriza a cada Estado miembro para que establezca los medios legales para que las partes interesadas puedan impedir la utilización de una indicación geográfica que identifique estos productos que no sean originarios del lugar designado, incluso cuando se indique el verdadero origen del producto o se utilice la indicación geográfica traducida o acompañada de expresiones tales como "clase", "tipo", "estilo", "imitación" u otras;
- invalida o niega el registro de toda marca de fábrica para los vinos o bebidas espirituosas que contengan o consistan de una IG;
- establece la obligación de iniciar negociaciones para incrementar la protección de las IG;
- requiera la protección para las IG homónimas de vino;
- requiere el establecimiento de un sistema multilateral de notificación y registro de las IG de vinos.

Como puede apreciarse, los distintos acuerdos y convenios internacionales presentan diferencias en las definiciones, el ámbito y los alcances de la protección. Esta situación ha provocado dificultades para un entendimiento completo en las condiciones de la negociación sobre el tema de las IOG. El más claro ejemplo lo constituye la protección concedida a las indicaciones geográficas por el Acuerdo ADPIC.

Específicamente los diferentes niveles de protección que otorga el ADPIC han provocado la existencia de dos bloques constituidos por grupos de países con posiciones opuestas, uno que aboga por mantener las condiciones actuales y otro que considera que la

protección básica (para otros bienes distintos a vinos y bebidas espirituosas) es insuficiente y relativamente limitada y su definición solo da una protección mínima en el ámbito internacional.

Este último, encabezado por la U.E., argumenta además, que la existencia de dos niveles de protección es discriminatoria y no tiene base lógica ni legal, por lo que solicitan que la protección dada a los vinos y bebidas espirituosas se extienda a todos los demás productos. Una de las bases del desacuerdo lo constituye la imitación de las denominaciones de origen europeas en muchos países del mundo, para las que el Acuerdo ADPIC justifica su uso cuando este se viene realizando durante más de 10 años, lo que se interpreta como una indefensión para estas denominaciones. Para estos casos, el ADPIC dispone la iniciación de negociaciones, pero que se han desarrollado muy lentamente.

Detrás de esta situación hay diferencias en la concepción y legislación de las IG. La protección de las indicaciones geográficas por la Unión Europea va mas allá que la definida por el Acuerdo ADPIC. El sistema de denominaciones nunca existió en las culturas anglosajones y por consiguiente sus implicaciones culturales realmente se entienden y valoran de modo distinto en

Para la OMPI: "El hecho de que un signo desempeñe la función de indicación geográfica depende de la legislación nacional y de la percepción que tengan de ese signo los consumidores. Las indicaciones geográficas pueden utilizarse para una amplia gama de productos agrícolas como, por ejemplo, "Toscana" para el aceite de oliva producido en esa región italiana (indicación geográfica protegida, por ejemplo, en Italia, en virtud de la Ley N° 169 de 5 de febrero de 1992), o "Roquefort" para el queso producido en Francia (indicación protegida, por ejemplo, en la Unión Europea, en virtud del Reglamento CE N° 2081/92, y en los Estados Unidos, en virtud del registro de la marca de certificación US N° 571.798)" (<http://www.wipo.org>).

estos países. En muchos países, sin embargo, (por ejemplo en EE.UU.), la protección de indicaciones geográficas está conferida por el registro de marcas (como marcas de certificación).

e. El papel de la Organización Mundial de la Propiedad Industrial (OMPI) en la administración de los convenios internacionales

Algunos organismos internacionales han sido creados para cumplir diferentes funciones dentro del marco legal que rige la propiedad intelectual internacionalmente, incluidas las denominaciones de origen. El más importante de ellos es la Organización Mundial de la Propiedad Industrial (OMPI).

Uno de los objetivos de la OMPI es la cooperación administrativa de los acuerdos internacionales en materia de propiedad intelectual. Actualmente, la OMPI administra unos 21 tratados internacionales de propiedad intelectual, que se dividen en tres grupos generales: protección de la propiedad industrial, tratados de registro y tratados de clasificación. Dentro de ellos, los referidos a las designaciones geográficas son el *Convenio de París* (propiedad industrial), el *Acuerdo de Madrid* (propiedad industrial) y el *Arreglo de Lisboa* (de registro).

A partir del 1 de enero de 1996, la OMPI posee un acuerdo con la Organización Mundial del Comercio (OMC), que prevé la cooperación a los países en desarrollo y respecto de la notificación y compilación de las leyes y reglamentos de propiedad intelectual de los Miembros de la OMC, y respecto de la notificación de emblemas de Estados y de organizaciones internacionales.

3. Las denominaciones de origen e indicaciones geográficas en la Unión Europea

a. Antecedentes

Para la protección de los productos agroalimentarios (excluido el sector vitivinícola y las bebidas espirituosas de su ámbito de aplicación que está regido por otra normativa), la iniciativa de España, Francia, Italia, Grecia y Portugal, fue decisiva para animar a la Comisión Europea a elaborar un borrador de documento y presentarlo a su discusión, lo que llevó finalmente a la aprobación en julio de 1992 del R(CEE) 2081/92, primera reglamentación alimenticios y agrícolas aprobada por la UE. En la regulación se usaron definiciones nacionales, por lo que es muy similar a la de países como España, Francia e Italia **(Couillerot, 2000)**.

La Reglamentación Europea de los productos alimenticios de carácter específico fue establecida en el contexto de la reorientación de la Política Agraria Común (PAC) y estuvo precedida de algunas situaciones que sirvieron como consideraciones de base **(Herrero, 1998)**. Las reformas introducidas a la PAC durante los años 90, representan un planteamiento adaptado a la función múltiple que la agricultura desempeña en la sociedad europea y dentro de la cual la política alimentaria adquiere una dimensión mas orientada hacia la calidad de la alimentación.

En este contexto, la reglamentación europea se crea con el objetivo de establecer normas comunes para la protección de las IOG entre los estados miembros de la UE, con el fin de:

- Garantizar, mediante un enfoque mas uniforme, unas condiciones de leal competencia entre los fabricantes de los productos para conferir confianza al consumidor al poner a su disposición datos claros y concisos acerca del origen de los productos y garantías sobre su método de fabricación y su origen.
- Proteger contra la imitación y abuso de denominaciones e indicaciones geográficas que han adquirido una fuerte reputación.
- Fomentar la diversificación de la producción agrícola para conseguir un mayor equilibrio en el mercado entre la oferta y la demanda.

- Favorecer, en el contexto del desarrollo rural, la mejora de renta de los agricultores y el establecimiento de la población rural, especialmente en las zonas menos favorecidas y apartadas.
- Valorizar determinados productos específicos, de calidad y procedentes de una zona geográfica delimitada.
- Adoptar disposiciones especiales en materia de etiquetado, presentación y publicidad para los productos agrícolas y alimenticios procedentes de zonas geográficas delimitadas.

Esta reglamentación venía a ratificar que el concepto básico de calidad alimentaria, entendida como la disposición de alimentos suficiente y en adecuadas condiciones higiénicas sanitarias, refleja también, el reconocimiento público y social hacia aquellas producciones que se diferencian por su especial calidad y sus técnicas de elaboración **(Atienza, 1996)**.

b. Bases de la protección europea

Los Estados miembros pueden mantener la protección nacional de las denominaciones nacionales hasta el momento en que un determinado producto se incorpore al registro comunitario, quedando sin efecto las normativas nacionales cuando se trate de proteger mediante designaciones geográficas.

La legislación Europea se fundamenta sobre el Reglamento (CEE) n° 2081/92 del Consejo de 14 de julio de 1992, relativo a la protección de las indicaciones geográficas y denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios (Modificado por el Reglamento (CE) n° 535/97 del Consejo de 17 de marzo de 1997), y el Reglamento (CEE) n° 2082/92 del Consejo de 14 de julio de 1992, relativo a la certificación de las características específicas de los productos agrícolas y alimenticios.

c. Definiciones

Como se ha indicado y definido anteriormente, el Reglamento 2081/92 contempla dos figuras de protección como consecuencia de dos niveles de exigencias en la vinculación del producto con el medio geográfico: Denominación de Origen Protegida e Indicación Geográfica Protegida.

El Reglamento contempla dos importantes excepciones a la definición de DOP e IGP:

- Podrán considerarse denominaciones de origen ciertas denominaciones tradicionales, aunque no sean nombres geográficos, cuando designen un producto agrícola o alimenticio de una región o lugar determinado (por ejemplo la IGP Queso *Tetilla* de Galicia de ámbito comunitario).
- Permite asimilar a denominaciones de origen algunas designaciones geográficas cuando las materias primas de los productos de que se trate procedan de una zona geográfica más extensa o diferente a la zona de transformación, siempre que se haya delimitado la zona de producción de la materia prima, existan condiciones específicas para la producción de las materias primas y exista un régimen de control que garantice la observancia de estas condiciones.
- No obstante, tal excepción presenta limitaciones al considerar como materias primas solo a los animales vivos, la carne y la leche y a que la denominación haya estado previamente reconocida en el ámbito nacional o bien demostrar un carácter tradicional y una reputación y notoriedad excepcionales.

Además se define otra figura (Reglamento -CEE- n° 2081/92) para la protección y certificación de productos con características específicas pero sin vinculación geográfica: la *Especialidad Tradicional Garantizada* (ETG).

Para esta categoría, la UE lleva un registro de certificaciones de características específicas de los productos protegidos, los cuales deben haber sido producidos a partir de materias primas tradicionales o un modo de producción y/o transformación que pertenezca al tipo de producción y/o transformación tradicional, no pudiéndose registrar aquellos productos cuyas características específicas radiquen en su procedencia u origen geográfico o sean el resultado únicamente de la aplicación de una innovación tecnológica.

El producto certificado puede ser producido en cualquier país de la UE, siempre que se ajuste a las disposiciones del reglamento técnico del producto y el proceso de producción y/o de fabricación sea controlado y verificado por una entidad de certificación externa, objetiva e independiente, autorizada de acuerdo con la norma EN.45011.

En cuanto a las *denominaciones genéricas* se establece que no podrán registrarse las denominaciones que han pasado a ser genéricas, como tampoco los nombres que entren en conflicto con los de variedades vegetales o razas animales.

d. Ámbito de aplicación

Tanto el Reglamento 2081/92 como el Reglamento 2082/92 son aplicables a productos agrícolas destinados a la alimentación humana contemplados en el Anexo II del Tratado de Roma (Tratado Constitutivo de la Comunidad Económica Europea). Además, el R. 2081 cubre a los productos alimenticios y a productos agrícolas transformados o sin transformar, especificados en sus anexos I y II, respectivamente.

Productos cubiertos por los reglamentos 2081/92 y 2082/92:

Carne fresca (y despojos); Productos a base de carne (calentada, salada, ahumada, etc.); Quesos; Otros productos de origen animal (buevos, miel, productos lácteos diversos, excepto mantequilla, etc.); Materias grasas (mantequilla, margarina, aceites, etc.); Frutas, hortalizas, cereales en estado natural o transformados; Pescados, moluscos, crustáceos frescos y productos a base de estos; Cervezas; Bebidas a base de extractos de plantas; Productos de panadería, pastelería, repostería o galletería; Otros productos agrícolas

Productos cubiertos solamente por el Reglamento 2081/92:

Aguas minerales naturales y aguas de manantial; Gomas y resinas naturales; Aceites esenciales; Heno; Corcho; Cochinilla (producto bruto de origen animal); flores y plantas ornamentales (incorporados mediante R (CE) 2796/2000).

Productos cubiertos solamente por el Reglamento 2082/92:

Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao; Pastas alimenticias, incluso cocidas o rellenas; Platos compuestos; Salsas sazonadoras preparadas; Potajes o caldos; Helados y sorbetes.

Una modificación reciente a la normativa de la U.E. (mediante [Reglamento 692/2003](#)), introduce los siguientes productos que pueden registrarse como D.O.P. e I.G.P: pastas alimenticias, pasta de mostaza, dos productos agrícolas no alimentarios: “lana” y “mimbre” y el vinagre de vino (este último como excepción pues la normativa para vinos y bebidas espirituosas es independiente).

La Comisión puede modificar los Anexos I y II del Reglamentos 2081/92 mediante la intervención del Comité de Reglamentación.

e. El Control

Deben existir estructuras de control cuya función será garantizar que los productos amparados por una denominación protegida cumplen los requisitos del pliego de condiciones. Estas estructuras pueden ser cuerpos oficiales del estado o bien por organismos privados autorizados a tal efecto por el Estado miembro, quienes remitirán a la Comisión la lista organismos autorizados y sus competencias respectivas.

Los organismos de control designados (público o privados) deben:

- ofrecer garantías suficientes de objetividad e imparcialidad respecto de todos los productores o transformadores sometidos a su control, y
- contar de manera permanente con los expertos y medios necesarios para efectuar los controles de los productos que ostenten una denominación protegida.

A partir del 1 de enero de 1998, para poder ser autorizados por los Estados los organismos de control (Consejos Reguladores) deben cumplir los requisitos establecidos en la norma EN 45011 de 26 de junio de 1989, al ser estos órganos capacitados para la concesión de Certificados de conformidad (como lo es por ejemplo el *pliego de condiciones*) y marcas de conformidad (como la contraetiqueta y logotipo propio que acompaña a cada producto certificado).

f. La protección y reserva de las denominaciones de origen

Respecto a la protección de los productos registrados con DOP o IGP, Los artículos 8, 13 y 14 del Reglamento 2081/92 establecen:

- Las menciones “DOP”, “IGP” o “ETG” solo podrán figurar en los productos conformes al Reglamento 2081/92.
- Las denominaciones protegidas no podrán convertirse en genéricas.
- Las denominaciones registradas están protegidas contra toda usurpación, imitación, evocación, o utilización comercial, en otros productos, indicación falsa y otra práctica que puede inducir a error a los consumidores sobre el auténtico origen del producto.

g. Procedimiento para la obtención de una denominación de origen

El procedimiento para la solicitud de reconocimiento e inscripción de una designación geográfica (DOP, IGP o ETG) en el registro comunitario, debe seguir dos niveles: uno de ámbito nacional y otro de ámbito comunitario.

La solicitud de reconocimiento de una designación geográfica, debe ser presentada por una *agrupación* que represente los intereses de los solicitantes, la que debe definir su producto de forma precisa en el *Pliego de Condiciones*, (conocido también como código de prácticas o estándares de producción), el cual, junto con la solicitud de registro debe ser presentado a las autoridades nacionales. El Estado miembro comprobará si la solicitud está justificada y cuando considere que se cumplen los requisitos del Reglamento comunitario, la transmitirá a la Comisión, junto con el *Pliego de Condiciones* y los demás documentos en que haya basado su decisión.

El Estado miembro podrá conceder en el ámbito nacional y de manera transitoria, una protección en el sentido del R 2081/92, la cual cesará de existir a partir de la fecha en la que se adopte una decisión sobre el registro comunitario.

La normativa comunitaria define *agrupación* como una organización de productores y/o transformadores de un mismo producto, cualquiera que sea su composición o forma jurídica.

Una disposición adicional (Reglamento (CEE) n° 2037/93 de la Comisión, de 27 de julio de 1993), permite que en casos excepcionales y debidamente justificados, una persona física o jurídica que no corresponda a la definición de *agrupación*, podrá presentar la solicitud de registro, si, en el momento de la presentación de dicha solicitud fuere el único productor de la zona geográfica delimitada. En tal caso, la solicitud sólo podrá ser admitida si existen métodos locales, cabales y constantes utilizados por esa única persona y la zona geográfica delimitada presenta características sustancialmente diferentes de las de las zonas colindantes y/o las características del producto son distintas.

El pliego de condiciones contendrá al menos los elementos siguientes

- a) el nombre del producto agrícola o alimenticio, con la denominación de origen o la indicación geográfica;*
- b) la descripción del producto agrícola o alimenticio, incluidas, en su caso, las materias primas y las principales características físicas, químicas, microbiológicas y/u organolépticas del producto;*
- c) la delimitación de la zona geográfica;*
- d) los elementos que prueben que el producto agrícola o alimenticio es originario de la zona geográfica con arreglo a la definición que corresponda de DOP o IGP establecida;*
- e) la descripción del método de obtención del producto agrícola o alimenticio y, en su caso, los métodos locales, cabales y constantes;*
- f) los factores que acrediten el vínculo con el medio geográfico o con el origen geográfico a que se refiere la definición de DOP o IGP, según sea el caso;*
- g) las referencias relativas a la estructura o estructuras de control establecidas en el reglamento;*
- h) los elementos específicos del etiquetado vinculados a la mención “DOP” o “IGP”, o las menciones tradicionales nacionales equivalentes;*
- i) los posibles requisitos que deban cumplirse en virtud de disposiciones comunitarias y/o nacionales.*

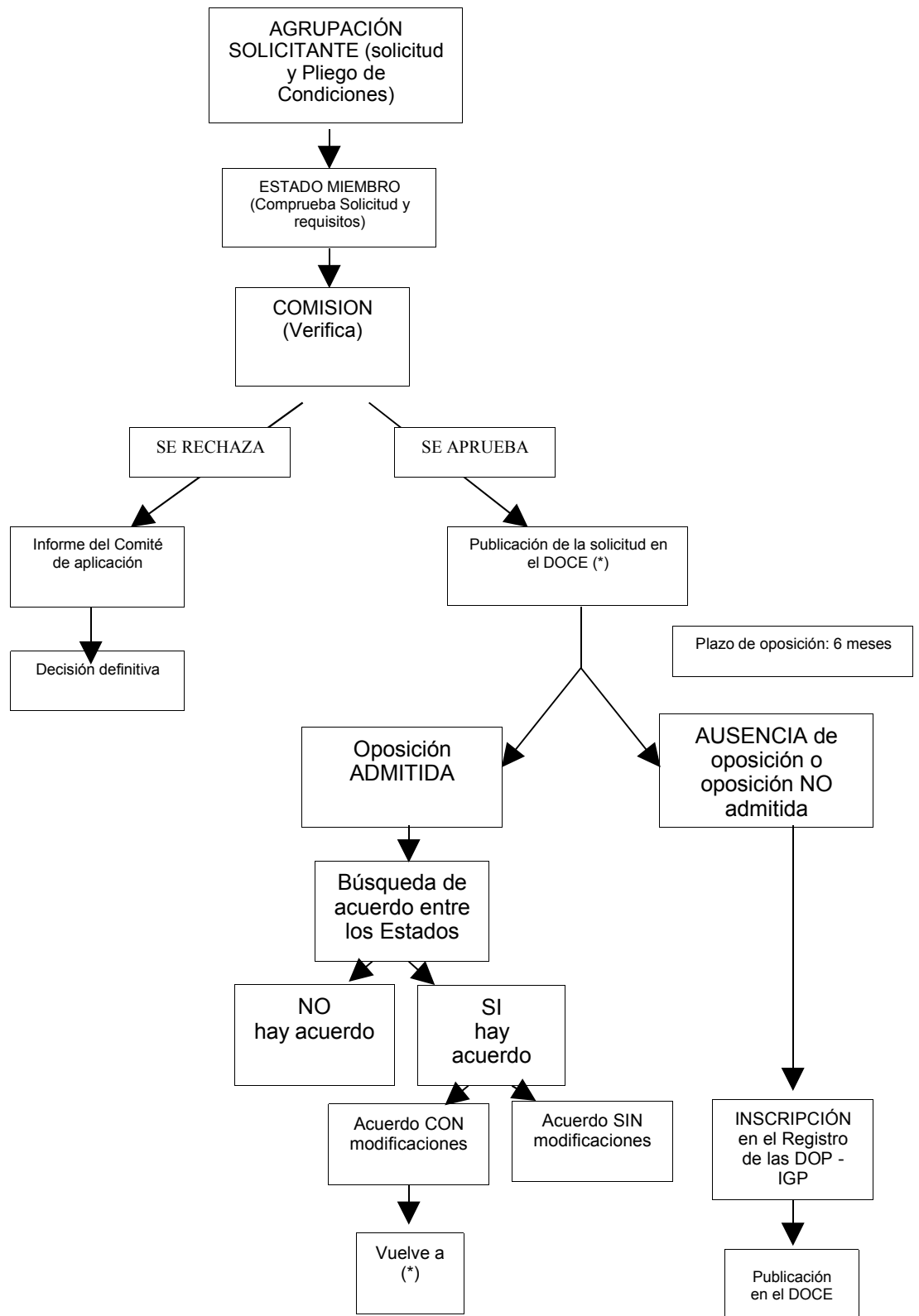
El procedimiento de inscripción y registro de una DOP o IGP en el Registro de la Unión Europea en presenta en forma grafica en la Figura No. 1.

Cabe notar que, en atención a lo dispuesto en el Reglamento 2081/92 (artículo 15) que establece que la Comisión estará asistida por un Comité compuesto por representantes de los Estados miembros y presidido por el representante de la Comisión, se crea un **Comité científico** de denominaciones de origen, indicaciones geográficas y certificados de características específicas (Decisión de la Comisión 93/53/CEE de 21 de diciembre de 1992).

Su misión será la de examinar, a petición de la Comisión, todos los problemas técnicos derivados de la aplicación de los Reglamentos (CEE) no. 2081/92 y no. 2082/92 del Consejo, relativos al registro de los nombres de los productos agrícolas y alimenticios y a los casos de oposición entre los Estados miembros; particularmente examina:

- los elementos de definición de la indicación geográfica y de denominación de origen y sus excepciones, en especial las características de prestigio y renombre;
- el carácter genérico;
- la apreciación del carácter tradicional;
- la apreciación de los criterios relativos a la lealtad en las transacciones comerciales y al riesgo de confusión del consumidor en los casos de conflicto entre la denominación de origen o la indicación geográfica y la marca, nombres homónimos o productos existentes legalmente comercializados.

FIGURA No. 1. Procedimiento de inscripción y registro de una DOP o IGP en el Registro de la Unión Europea



4. Referencia a la situación de las IOG en América Latina

“A pesar del hecho de que en América Latina existe un abundante suministro de recursos naturales, históricos y culturales se hace necesario desarrollar estrategias basadas en la competitividad y cultura de calidad; las denominaciones de origen constituyen una excelente forma de construir ese cambio” (García, 2001).

En los países de América Latina las recientes reformas a las legislaciones nacionales y la adopción de normas de propiedad intelectual en el marco de los esquemas regionales de integración y de las disposiciones de la OMC, han acarreado cambios sustantivos en diversas áreas de la propiedad intelectual y acercado las legislaciones a los estándares mínimos dispuestos en el ADPIC (Correa, 1996).

Sin embargo, la legislación sobre IG y DO, en general, comprende un sistema diversificado, en el que se encuentran desde sistemas informales y regulaciones indirectas o no específicas, con mayor frecuencia, a sistemas más formales con leyes especiales, en unos pocos casos.

Dos ejemplos de modelos distintos de protección son México y Argentina. El **Anexo No. 1.**, presenta una revisión de la situación legal y referencias a productos registrados o con potencial como IOG, para la mayoría de los países de América Latina.

En *México*, existen dos alternativas legales de protección de las indicaciones geográficas: las marcas colectivas y las denominaciones de origen. En este país el marco legal vigente para la protección, luego de una serie de antecedentes legales que iniciaron en 1942, lo constituye la Ley de Propiedad Industrial de 1994, que establece las condiciones de uso, protección, control y otros de las DO, y que parte de la definición aportada por el Acuerdo de Lisboa.

Por su parte, el concepto de marca colectiva se introduce en 1991 con la Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial (que pasó a ser la Ley de Propiedad Industrial de 1994). La marca colectiva se define como el signo distintivo destinado a distinguir el origen o cualquier otra característica común de productos que han sido producidos o fabricados por un grupo de personas en una localidad, región o país.

La ley de Propiedad Industrial establece que el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), es el organismo encargado de emitir las declaraciones de concesión de protección de las denominaciones de origen, al igual que, tramitará el registro de las denominaciones de origen para obtener su reconocimiento en el extranjero conforme a los Tratados Internacionales, lo que hará por conducto de la dependencia de Relaciones Exteriores. El Estado Mexicano será el titular de las denominaciones de origen.

Cuatro de las siete denominaciones de origen mexicanas se encuentran protegidas y registradas internacionalmente (en la OMPI), en virtud del Acuerdo de Lisboa. Ellas son:

Bebidas espirituosas: Tequila (registrada desde el 13 de abril de 1978); Mezcal (9 de marzo de 1995); Bacanora (en trámite...l).

Productos artesanales: Talavera (17 de junio de 1998) y Olinálá (7 de marzo de 1995).

Producto agrícola: Café Veracruz. (en trámite...).

Piedra semipreciosa: Ámbar de Chiapas (en trámite...).

En el caso de *Argentina* el panorama es diferente. La ley de *Propiedad Industrial* argentina (Ley 11.723 - 235) no hace referencia a las denominaciones de origen. Por su parte, la *Ley de Marcas* argentina (1981), tampoco contempla ninguna regulación no obstante, que establece que no podrán ser registradas como marcas, entre otros, las denominaciones de origen nacionales o extranjeras.

Sin embargo, más recientemente Argentina ha sancionado la *Ley de Denominaciones de Origen de vinos y bebidas espirituosas* (Ley 25163/99) y la *Ley de Indicaciones de Procedencia y Denominaciones de Origen de productos agrícolas y alimentarios* (Ley 25.380/00 de noviembre 30 de 2000 y promulgada de hecho en enero 9 de 2001), siendo, casi seguramente, la única legislación latinoamericana de protección específica de las IOG.

La Ley establece que la autoridad de aplicación de la ley es la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación, dependiente del Ministerio de Economía, a la que además de conferirle la facultad para otorgar a los usuarios el *derecho de uso* en forma exclusiva de la Indicación de Procedencia o la Denominación de Origen para productos agrícolas y alimentarios, le atribuye funciones de asesoramiento, vigilancia, verificación, control, registro, defensa del sistema de Denominación de Origen y representación ante los organismos internacionales. Además actúa como cuerpo técnico-administrativo del sistema de designación de la procedencia y/u origen de los productos agrícolas y alimentarios.

En los restantes países, con frecuencia se omiten aspectos que parecen ser propios para una adecuada operación y regulación de un sistema de IOG⁹. Apuntamos los siguientes:

- La protección de las indicaciones geográficas se caracteriza por la existencia de diferentes conceptos legales formulados por los estados, basados en sus variaciones legales, históricas y condiciones económicas locales. Como

En Argentina existen registradas indicaciones geográficas al amparo de la legislación provincial que podrían ser los precursores de las DO de productos agroalimentarios bajo la nueva legislación. Entre ellos están: la DO San Rafael y Luján de Cuyo de Mendoza y la indicación de procedencia Carne Ovina Patagónica.

Además se mencionan productos potenciales: "Frutillas de Coronda", "Aceite de Oliva de Catamarca", "Aceite de Oliva y Nueces de Catamarca-La Rioja", "Aceite de Oliva de Cruz del Eje", "Carne Ovina Patagónica -Santa Cruz-Chubut- Tierra del Fuego", "Leche de campo de Santa Fe-Córdoba", "Salame de la Colonia", "Vino Torrontes de los Valles Calchaquíes", "Alimentos Regionales Pampa del Salado", y otros.

regla general, se puede decir que las legislaciones definen la denominación de origen sobre la base de la definición contenida en el Acuerdo de Lisboa o una definición extendida de la indicación geográfica especificada en el artículo 22.1 del acuerdo ADPIC (**Road, 2001**).

- Las denominaciones de origen no están conceptualizadas en un contexto de políticas y/o programas de desarrollo rural o de promoción de la calidad agroalimentaria y con frecuencia más bien son concebidas casi aisladamente como materia de la propiedad industrial.
- La administración de las denominaciones de origen recae, en casi todos los países, en las oficinas de propiedad industrial y su registro se realiza a través de un procedimiento administrativo similar al de las marcas, donde la autoridad competente concede las denominaciones de origen y establece las características que debe tener el producto que puede ser identificado como tal (**Road, 2001**).
- En consecuencia, generalmente la legislación no designa una entidad nacional especializada para la gestión y promoción de las denominaciones de origen (frecuentemente esta función recae en las oficinas nacionales de propiedad industrial),

⁹ Entendida según el concepto de denominación de origen más que de indicación geográfica, en los términos en que estas fueron definidas anteriormente, y entendiendo también la DO como un instrumento promoción de calidad de los productos, que además establece los medios para su control.

así como tampoco se establece una estructura de control específica para los productos registrados.

- En muchos casos la legislación no solicita expresamente los factores que acreditan el vínculo con el medio geográfico o con el origen geográfico del producto; tampoco se exige explícitamente que los procesos de producción y transformación se realicen en la zona de producción delimitada y en muchos casos no se hace referencia directa a los métodos o procesos de transformación o elaboración del producto; se omite también la indicación del grado de detalle en que deben ser descritas las cualidades, el carácter tradicional, o las características de prestigio y renombre del producto.
- Las legislaciones no hacen referencia a la necesidad de *normalizar* los productos con denominaciones de origen ni tampoco considera aspectos de certificación de los productos.

3. APORTES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS Y DENOMINACIONES DE ORIGEN EN COSTA RICA.

a. LAS SITUACIÓN DE LAS IOG EN COSTA RICA

1. Antecedentes

En Costa Rica no existe una estructura de gestión para las IOG y la legislación costarricense incorporó por primera vez regulaciones sobre denominaciones de origen en la *Ley de Marcas y otros signos distintivos* de febrero de 2000, pero sin aportar disposiciones muy amplias sobre la materia.

Factores externos como la inclusión del tema de las IOG en las discusiones internacionales en materia de propiedad intelectual, comercio y otros, lo mismo que en los convenios y tratados bi y multinacionales, así como factores internos como la necesidad de proteger productos (y sus nombres) ligados a un origen geográfico y la ventaja comercial de la diferenciación, han favorecido que ya desde hace algunos años varios sectores hayan mostrado interés por explorar el tema en el país.

En el país existe un patrimonio agroalimentario compuesto por bastantes productos agrícolas y alimenticios, pero también artesanales, que en principio reúnen condiciones como IOG, y posiblemente existe un alto grado de valoración de estos productos en el mercado interno. Para otros productos su potencial se encuentra en el mercado internacional en donde productos nacionales son reconocidos, e incluso en algunos casos, utilizándose su nombre fraudulentamente.

El estudio preliminar *Viabilidad de establecer el sistema de denominaciones de origen de los productos agroalimentarios en Costa Rica* (Granados y Álvarez, 2001) realizado recientemente en el país, ofrece un punto de vista

El 29% de los informantes nunca ha escuchado hablar sobre las denominaciones de origen, en tanto que el restante 71% sí había escuchado sobre el tema, pero la mayoría de éstos (43,5%), muy poco y solamente el 27,5% mucho o bastante. (Granados y Álvarez, 2001)..

de la situación de las IOG en Costa Rica. El estudio concluyó en términos generales lo siguiente:

- Costa Rica presenta condiciones favorables para el establecimiento del sistema de denominaciones de origen, entre ellas, la existencia de productos tradicionales

vinculados al territorio y la alta valoración de las características de calidad, origen geográfico y tradición para estos productos.

- Hay una percepción positiva acerca de las ventajas de un sistema de este tipo en Costa Rica, sin embargo, se identificaron posibles factores limitantes para su establecimiento, los cuales tienen relación fundamentalmente con el conocimiento y experiencia sobre el tema tanto en las instituciones públicas como en los sectores productivos, lo mismo que la inexistencia de una legislación adecuada y de una estructura de organización para su operatividad.

El mismo estudio recomendó que para el establecimiento de un sistema de denominaciones de origen en el país se debería adecuar el marco jurídico e institucional, que incluya el diseño de una estructura general de organización que integre instituciones públicas y privadas relacionadas con el desarrollo rural, la agricultura, la alimentación, la calidad, la normalización y certificación, y la creación de un órgano nacional de coordinación y gestión específico para las IOG.

Por otro lado, se sugiere también la realización nuevos estudios e investigaciones sobre productos promisorios para determinar su aptitud como denominaciones de origen (de acuerdo con variables como tradición, vinculación geográfica, caracterización de productos y métodos,

En el mismo estudio, referente a las ventajas de establecer en Costa Rica el sistema de denominaciones de origen, según la opinión de las personas encuestadas, sobresalió “el mejoramiento de la imagen y calidad de los productos” y la “apertura de nuevos mercados”. Por su parte, las características que más valoran los consumidores costarricenses en este tipo de productos, son: “la relación con un origen geográfico y con una tradición” (21,6%) y “la calidad” (21,1%), seguidas por “la fabricación natural y la protección del medio ambiente” También se mencionó: “la procedencia de zonas rurales” y “el prestigio que da consumirlos” (Granados y Alvarez, 2001)..

delimitación de regiones de producción y transformación, valor económico, mercado, normalización, estándares de calidad, y otros); e igualmente el desarrollo a futuro de acciones de promoción y publicidad para favorecer la cultura de reconocimiento, valoración y consumo de productos.

2. La legislación costarricense sobre IOG

El 1 de enero de 1995 entraron a regir en Costa Rica, los acuerdos de la Ronda Uruguay, la octava negociación del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) y como parte de este, el ADPIC (La Gaceta del 26 de diciembre de 1994).

Producto de los compromisos adquiridos en la OMC, se emitió en Costa Rica un paquete de leyes y reformas a la legislación vigente, que incluye la Ley de Marcas y otros signos distintivos, Ley 7978 del 6 de enero del 2000 (reformada por Ley 8020 del 6 de septiembre del 2000), publicada en la Gaceta No. 22 del 1 de febrero del 2000, que introduce por primera vez en Costa Rica el concepto y regulación de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas.

Otra legislación reciente que en algunos aspectos tiene relación con la regulación y operación de las denominaciones de origen, es la Ley de Patentes de Invención, Dibujos y Modelos Industriales y Modelos de Utilidad (Ley No 6867) y la Ley de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual (Ley No 8039).

Costa Rica también forma parte de otros acuerdos y convenios internacionales que contienen regulaciones sobre la propiedad industrial y las denominaciones de origen, como lo son el Convenio Centroamericano para la Protección de la Propiedad Intelectual, el Protocolo al Convenio Centroamericano para la Protección de la Propiedad Industrial (que anula el Convenio Centroamericano sobre Marcas), el Arreglo de Lisboa y el Convenio de París. Cabe mencionar el Acuerdo Marco de Cooperación entre la Comunidad Económica Europea y las Repúblicas Centroamericanas, el cual hace referencias a la normalización y certificación de la calidad y a la protección recíproca de las denominaciones de origen.

A continuación se presenta una descripción de las principales legislaciones indicadas anteriormente.

*Por su parte, el **Anexo 2** (Algunas instituciones costarricenses cuyas funciones y actividad tiene relación con aspectos relativos a las IOG) presenta una revisión de algunas de las instituciones nacionales que eventualmente tendrían algún tipo de participación en un sistema de IOG, destacándose sus funciones más relacionadas al tema.*

*En el **Anexo 3** (Cuadro comparativo de los contenidos de la legislación sobre denominaciones de origen entre Costa Rica y la Unión Europea), se muestra un ejercicio comparativo de la legislación costarricense en IOG y la normativa de la UE. Esto de alguna manera, ofrece una perspectiva más amplia sobre las características y limitaciones de la legislación costarricense en materia de DO e IG.*

a. La ley de Marcas y otros signos distintivos

Como se indicó, las DO e IG en la legislación costarricense son entendidas como signos distintivos e integradas a la Ley de marcas, por lo que están regidas en muchos aspectos por las disposiciones establecidas para las marcas. No obstante, la ley establece también disposiciones específicas para las DO e IG (título VIII), las cuales se presentan a continuación en forma resumida.

La ley dispone que el Registro de la Propiedad Industrial será la administración nacional competente adscrita al Registro Nacional para la concesión y el registro de los derechos de propiedad industrial, incluidas las denominaciones de origen e indicaciones geográficas.

En cuanto a la protección de las marcas, la ley establece que no podrá ser registrado como marca un signo que consista, entre otros, en una indicación geográfica, así como tampoco ningún otro signo cuando ello afecte algún derecho de terceros, entre otros casos, si el uso del signo es susceptible de confundirse con el de una denominación de origen protegida.

Indicaciones geográficas: La IOG se define como el “*nombre geográfico de un país, una región o localidad, que se utilice en la presentación de un bien para indicar su lugar de origen, procedencia, elaboración, recolección o extracción*”.

En cuanto a su empleo, la ley establece que no podrá usarse en el comercio cuando tal indicación sea falsa, sugiera al público una idea falsa o engañosa del origen de los productos o servicios o pueda inducir al público a confusión o error acerca del origen, la procedencia, las características o cualidades de los mismos.

Las indicaciones geográficas tampoco podrán ser utilizadas en forma tal que constituyan un acto de competencia desleal, de acuerdo a lo dispuesto en el Convenio de París.

Respecto a su uso en publicidad, se dispone que no podrá usarse en la publicidad comercial una indicación que pueda causar error o confusión sobre la procedencia geográfica de los productos, por no ser originarios del lugar designado por la indicación geográfica, o bien, aunque se indique el origen verdadero del producto o servicio pero igualmente genere confusión en el público. Además se prohíbe en el registro de marcas el uso de expresiones tales como: “clase”, “tipo”, “estilo”, “imitación” u otras análogas.

Denominaciones de origen: *La Ley define a las DO como ...denominación geográfica, designación, expresión, imagen o signo de un país, una región o localidad, útil para designar un bien como originario del territorio de un país, una región o localidad de ese territorio, y cuya calidad o características se deban exclusivamente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y humanos”.*

Con relación al registro oficial de las denominaciones de origen, se establece:

- El registro será mantenido en el Registro de la Propiedad Industrial.
- La solicitud puede ser hecha por uno o varios de los productores, fabricantes o artesanos que tengan su establecimiento de producción o de fabricación en la región o en la localidad a la cual corresponde la denominación de origen, o a solicitud de alguna autoridad pública competente.
- Para indicaciones geográficas homónimas, la protección se concederá a cada una y estableciendo en su reglamento las condiciones que las diferencien entre sí, procurando un trato equitativo para los productos interesados y que los consumidores no sean inducidos a error.

Se establecen como prohibiciones de registro aquel signo que:

- No se ajuste a la definición de denominación de origen.
- Sea contrario a las buenas costumbres o el orden público o pueda inducir al público a error sobre la procedencia geográfica, la naturaleza, el modo de fabricación, las características o cualidades o la aptitud para el empleo o el consumo de los respectivos productos.
- Sea la denominación común o genérica de algún producto.

La solicitud de registro de una denominación de origen indicará lo siguiente:

- a) El nombre, la dirección y nacionalidad de los solicitantes y el lugar donde se encuentran sus establecimientos de producción o fabricación.
- b) La denominación de origen cuyo registro se solicita.
- c) La zona geográfica de producción a la que se refiere la denominación de origen.
- d) Los productos o servicios para los cuales se usa la denominación de origen.

- e) Una reseña de las cualidades o características esenciales de los productos o servicios para los que se usa la denominación de origen.

Los procedimientos de examen y registro se registrarán, en cuanto corresponda, por las disposiciones sobre el registro de las marcas.

La resolución por la cual se concede el registro de una denominación de origen y la inscripción correspondiente, indicarán la zona geográfica delimitada de producción, el producto o servicio y las cualidades o características esenciales de éste, excepto cuando estas no sean posibles de precisar. El registro de una denominación de origen será publicado en el diario oficial y tendrá duración indefinida.

En cuanto al derecho de empleo de la denominación, solo los productores, fabricantes o artesanos que desempeñan su actividad dentro de la zona geográfica delimitada, podrán usar comercialmente la denominación de origen registrada para los productos o servicios indicados en el registro y solo aquellos que estén autorizados para su uso comercial podrán usar la expresión “DENOMINACION DE ORIGEN”.

Las acciones relativas al derecho de usar una denominación de origen registrada, se ejercerán ante los tribunales. A tal efecto, la Ley de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual No. 8039 de 12 de Octubre de 2000 establece lo relativo a la aplicación de sanciones relacionadas con el mal uso de estos signos.

b. Ley de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual

(Ley 8039 de 12 de Octubre del 2000. La Gaceta 206 del 27 de octubre de 2000).

Con esta Ley se unifican en un solo cuerpo jurídico las obligaciones en la materia derivadas del ADPIC para proteger todas las áreas de la propiedad intelectual. Dicha Ley establece, entre otras, las siguientes normas¹⁰:

- las disposiciones sobre medidas cautelares;
- la facultad de las autoridades judiciales para que ordenen a las autoridades de aduana destruir o eliminar las mercancías infractoras;

¹⁰ Existe la iniciativa de presentar un proyecto de ley para reformar esta legislación con el objetivo de incrementar las penas privativas de libertad para los delitos contra derechos de propiedad intelectual; reformar la acción para los delitos contra derechos de autor para que sea de instancia pública y derogar el artículo 70 referente al principio de lesividad e insignificancia.

- el establecimiento de un Tribunal Registral Administrativo que agotará la vía y conocerá en apelación las decisiones emitidas por el Registro de la Propiedad Industrial y Registro Nacional de Derechos de Autor y Conexos,
- la remisión al Código Procesal Civil y al Código Procesal Penal según sea el procedimiento a seguir;
- la disposición para que se conozca en vía abreviada los procedimientos civiles de propiedad intelectual,
- la imposición de penas de cárcel de uno a tres años para delitos cometidos en violación de cada una de las áreas de propiedad intelectual.

c. Convenio Centroamericano para la Protección de la Propiedad Intelectual

Otro de los instrumentos jurídicos aplicables en Costa Rica, es el Convenio Centroamericano para la Protección de la Propiedad Intelectual (CCPPI) el cual dedica su Título VI (capítulo Único) a las Indicaciones de Procedencia y de las Denominaciones de Origen.

En su artículo 72, párrafo segundo, define como denominación de origen al “nombre geográfico con que se designa un producto fabricado, elaborado, cosechado o extraído en el lugar al cual corresponde el nombre usado como denominación y que sirve para determinar una calidad y ciertas características”.

Por su parte, el órgano nacional competente para otorgar e inscribir una denominación de origen en Costa Rica es el Registro de Propiedad Industrial del Registro Público, con base en el Convenio Centroamericano para la Protección de la Propiedad Intelectual (CPI) y la reciente normativa nacional.

3. Productos costarricenses con potencial de Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen

En el país se mencionan muchos productos con características de IOG, sin embargo, hasta no realizar estudios más específicos de acuerdo a los parámetros IOG, deben ser entendidos solamente como productos con potencial.

En el estudio anterior (**Granados y Álvarez, 2001**), ante la consulta de sí “existen en Costa Rica productos agrícolas o alimenticios con características propias y originarias”, el 97.2% de los informantes opinó que sí existen; de estos, el 52,8% consideró que existen muchos o bastantes y el 44.4% que pocos.

Se mencionaron un total de 127 productos agrícolas y alimenticios que en opinión de los informantes reúnen características de IOG, 58 de los cuales son primarios, 40 transformados y 29 elaborados, preparados o platos. Destacando los siguientes: *café, palmito de pejíbaye, queso Turrialba, queso palmito, pejíbaye, tapa de dulce, guaro Cacique y toronja rellena.*

Otros productos mencionados fueron: granos (fríjol, arroz), raíces y tubérculos (tiquisque, yuca, papa), frutas frescas y secas (banano, mango, mora, naranja, papaya, cacao), mieles (de abeja y de carao), quesos (Bagaces, Zarcerro, Monteverde), carnes (chorizo de

Puriscal y de Cañas; chicharrones de Aserri y de Turrúcares); azúcar de Juan Viñas; y conservas. Además de productos preparados como: tamales caseros; panes, rosquillas y bizcochos; jaleas y cajetas; tortillas caseras; “gallo pinto” y “rice and beans”.

En el Cuadro 1. presenta información general para cuatro productos nacionales de acuerdo a los criterios IOG. Esta información ha servido de diagnóstico base para la selección del producto utilizado en la investigación que se presenta más adelante.

Actualmente se ejecutan dos estudios formales para analizar las características como IOG de dos productos nacionales: del cultivo de café y el queso Turrialba. El Instituto costarricense del Café (ICAFÉ) desarrolla actualmente un trabajo orientado a estudiar la indicación geográfica de este producto a través del Dr. Jacques Avelino (CIID-CIRAD). El queso Turrialba se ha estudiado mediante el Proyecto “Planificación del sistema de

La Nación.com (24 nov. 2003)
Pueblos procuran proteger sus marcas. Empresas “roban” las denominaciones geográficas.

Marvin Barquero S. (Redactor de La Nación).

Santa Cruz de Turrialba, Zarcerro, Tarrazú, Sarchí, Atenas y Acosta podrían asegurarse pronto la propiedad de las marcas de productos que los distinguen, ante la ofensiva de empresas que procuran adueñarse de ellas.

Por ello esas comunidades comenzaron gestiones para proteger las denominaciones geográficas de origen. El queso Turrialba, la natilla Zarcerro, el café Tarrazú, la toronja rellena de Atenas, los palitos de queso de Zarcerro, los muebles de Sarchí o las naranjas de Acosta son productos reconocidos como patrimonio de cada uno de esos pueblos.

Su calidad indiscutida en todo el país tiene muchos sustentos: el clima, las buenas aguas, las recetas transmitidas entre generaciones desde la época de los bisabuelos, la habilidad particular de los pobladores...

denominaciones de origen de los productos agroalimentarios en Costa Rica” (CNP-MAG-IICA-PRODAR), al cual se refiere el siguiente apartado.

Cuadro No. 1. Determinación preliminar del potencial como IOG de cuatro productos de Costa Rica

Variable/producto	Queso Turrialba (producto fabricado)	Panela (producto fabricado)	Mora (Fruta fresca)	Pejibaye (Fruta fresca)
Región de producción	Distrito de Santa Cruz y regiones aledañas (cantón de Turrialba). Delimitable de acuerdo a criterios geográficos y de ubicación de los fabricantes tradicionales; no muy extensa.	Distintas regiones del país que pueden ser delimitables.	Montañas del Cerro de la Muerte. Fácilmente delimitable de acuerdo a la ubicación natural de las plantas silvestres de mora.	Distrito de Tucurrique. Delimitable de acuerdo a criterios geográficos y de ubicación de los productos y plantaciones tradicionales.
Características originarias				
- Materia prima	Leche de razas introducidas.	Caña de azúcar principalmente de variedades introducidas.	Material genético originaria (silvestre)	Variedades originarias, principalmente (“criollas”)
- Método de fabricación	Proceso similar al empleado en otras regiones del país, pero con algunas particularidades propias.	Presenta características propias en todo el país aunque guarda similitudes con el empleado en otros países de América Latina.	No aplica	No aplica
Tradición del producto en la zona	Muy tradicional	Muy tradicional	Tradicional	Tradicional
Características diferenciales de producto (químicas, físicas, organolépticas, microbiológicas)	Entra dentro de la categoría de queso blanco fresco, sin embargo. Posiblemente las condiciones naturales de la región y el método de fabricación le han otorgado características diferenciales al producto. Se requieren estudios.	En cada región de producción el producto presenta características organolépticas y morfológicas particulares. No existen estudios para determinar diferencias químicas y organolépticas.	Características diferenciales por el carácter originario y silvestre de la planta. Se produce también en otras zonas de altura del país cercanas al “Cerro de la Muerte”. Se menciona la producción de una fruta similar en Guatemala.	Factores como el uso de variedades criollas, el microclima de la región y la topografía de las áreas de cultivo podrían determinar diferencias en el producto. . Se requieren estudios para demostrar esta condición. Los productores indican que es un producto mas seco que el de variedades mejoradas introducidas, presentes en la zona y en otras zonas del país.
Variabilidad en las características	Alta variabilidad en las características del producto. Muy alta variabilidad en el método de fabricación.	Bastante variabilidad en el producto y en el método entre las regiones de producción. Poca variabilidad dentro de una misma región.	No existe variabilidad.	Alta variabilidad en las características del fruto aún para una misma variedad. Método de producción similar entre los productores locales.
Reputación del producto	Ampliamente conocido y valorado en el ámbito nacional.	Ampliamente conocido en el ámbito nacional pero la asociación entre el producto y un origen geográfico, por el consumidor, parece no ser muy fuerte. La panela de Puriscal ha adquirido alguna reputación nacional.	Poco conocido en el ámbito nacional. Reconocido internacionalmente en algunos mercados internacionales.	Ampliamente conocido y valorado por la población del país.

	Queso Turrialba	Panela	Mora	Pejibaye
Condición de genérico.	“Genérico”. Se utiliza el nombre (“Turrialba”) para producto de otras regiones y diferentes marcas utilizando el sufijo “tipo”. Deben realizarse estudios con el consumidor.	No.	No.	Algunos comerciantes utilizan el nombre (“Tucurrique”) para producto de otras regiones aprovechando la reputación obtenida.
Calidad y Tecnología de producción/transformación	Combinación de producción tecnificada y artesanal. Calidad variable. No existe normalización.	Existe mucha producción artesanal. Calidad variable. No existe normalización.	Tecnología de producción básica. Calidad alta y uniforme.	Tecnología de producción básica. Calidad muy variable. No existen estándares de calidad para el producto.

b. UNA INVESTIGACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LAS IOG EN COSTA RICA

1. Proyecto Planificación del sistema de denominaciones de origen de los productos agroalimentarios en Costa Rica

Un intento formal para el desarrollo del sistema de IOG en el país lo ha constituido el proyecto “Planificación del sistema de denominaciones de origen de los productos agroalimentarios en Costa Rica” ejecutado por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) y el Consejo Nacional de Producción (CNP), instituciones del Sector Agropecuario de Costa Rica, financiera y técnicamente apoyado por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) y el Programa para el Desarrollo de la Agroindustria Rural en América Latina (PRODAR).

El Proyecto tuvo por objetivo principal elaborar un plan de ejecución para iniciar la puesta en marcha del sistema de denominaciones de origen para los productos alimenticios y agrícolas en Costa Rica.

Sus objetivos específicos fueron los siguientes:

- Proponer los contenidos para la adaptación del marco normativo costarricense al sistema de denominaciones de origen.
- Diseñar una estructura general de organización para el sistema.
- Diseñar un perfil genérico de los organismos de control y certificación de los productos con denominación de origen.
- Caracterizar dos productos de acuerdo a los conceptos de las DO.
- Transferir conocimientos y sensibilizar a los actores involucrados sobre el tema de las IOG.

El Proyecto concluyó en el mes de octubre de 2003, obteniendo como logros, por un lado, la redacción de una propuesta de reglamento nacional para las IOG en el país, que requirió un largo proceso participativo de análisis y discusión; y por otro, la caracterización del queso Turrialba, incluida la presentación de un borrador de Pliego de Condiciones para

este producto. Sin embargo, como se ve en el siguiente capítulo, aún se requiere profundizar en el estudio de este producto en diversos aspectos.

El objetivo de transferir los resultados y conocimientos a los actores centrales, tanto de los sectores productor, transformador, comercializador, como de las instituciones participantes, como base para el inicio de un proceso de motivación, participación y apropiación, rindió mas efectos de los esperados, pues el Proyecto generó inercias para favorecer un ambiente general de interés por el tema, motivación que incluso alcanzo algunos niveles decisivos de instituciones públicas.

2. El proceso de construcción de una propuesta de reglamento para Costa Rica

a. Descripción del proceso de elaboración de la propuesta

Luego de realizar la investigación documental acerca del marco legal e institucional costarricense relacionado con las denominaciones de origen, se consideró necesario iniciar un proceso participativo e interdisciplinario para analizar y desarrollar los contenidos para una normativa nacional adaptada a las necesidades de un sistema de denominaciones de origen.

La primera acción fue la identificación y consulta de actores para posteriormente conformar un grupo técnico integrado por representantes calificados de instancias del sector público y privado con funciones en áreas relacionadas al tema en cuestión¹¹.

El grupo trabajó durante más de 20 horas distribuidas en 4 sesiones celebradas entre los meses de octubre y noviembre de 2002 en las oficinas del IICA en Coronado. Durante las cuatro sesiones, y basado en el documento “Análisis de la legislación nacional sobre denominaciones de origen” elaborado para orientar el análisis del grupo, se discutió y se obtuvo acuerdo sobre aspectos como: definiciones; requisitos y procedimientos de solicitud, inscripción y registro de productos; concesión de registro y derechos de uso;

¹¹ El grupo fue integrado por las siguientes personas: Ana Carmela Velásquez (CITA–UCR), Beatriz Paniagua (ECA), Carlos Picado (LACOMET), Carlos Salazar (Cámara Nacional de Productores de Leche), Delia Gutiérrez (MAG-Servicio de Protección Fitosanitaria), Federico Sancho (IICA Costa Rica), Geovanni Delgado (ECO-Lógica), Gerardo Monge (INTECO), Jorge Torres (IICA), Jorge Valverde (Ministerio de Salud), Juan M. Cordero (CNP), Laura Ulate (ORT–MEIC), Leonardo Granados (MAG), María Salazar (CNP), Mario Montero (CACIA), Maritza Madriz (ECA), Marvin Blanco (IICA/PRODAR), Otto Rivera (Abogado Consultor), Ramón Luis Montero (PROCOMER), Sandra Saborio (CNP) y William Alfaro (CNP).

estructura de organización nacional incluyendo entidades participantes y sus funciones; estructura de control para los productos inscritos, su conformación y funciones; y otros.

Una vez concluido el ciclo de reuniones, se redactó la Ayuda Memoria que constituyó el insumo base utilizado para la formulación de la propuesta del reglamento nacional sobre denominaciones de origen de productos de origen vegetal y animal. La redacción de la propuesta fue realizada mediante consultoría de servicios legales¹², utilizando además como marco de análisis la legislación internacional sobre el tema mediante una metodología de análisis comparativo. Este trabajo llevó varios meses durante los cuales se continuó la interacción entre el consultor y el Proyecto, intentando obtener consenso sobre los contenidos de la propuesta.

Luego de ser entregado el primer borrador del documento, y a fin de validar los contenidos de la propuesta, se organizó el “Taller de Presentación de la propuesta de reglamento para las denominaciones de origen en Costa Rica” que tuvo lugar los días 1 y 6 de agosto en las instalaciones del IICA en Coronado¹³.

Durante la actividad se realizó una presentación general del documento para luego realizar un análisis detallado a través de grupos de trabajo, quienes formularon y discutieron sus observaciones sobre el documento presentado. Posteriormente, y como parte de las actividades enmarcadas dentro de la consultoría legal, estas observaciones fueron incorporadas a la versión final de la propuesta.

A fin de intentar la viabilidad de la propuesta, esta fue presentada en reunión ante la Comisión de Propiedad Intelectual¹⁴. Dicha Comisión fue convocada por la Ministra de Justicia, Señora Patricia Vega, hace aproximadamente dos años con el objeto de redactar varios reglamentos pendientes a leyes nacionales sobre propiedad intelectual que fueron emitidas en años recientes, entre ellos el reglamento a la Ley de Observancia, el reglamento denominaciones de origen y otros.

¹² El trabajo lo desarrollo el por el abogado, consultor Lic. Otto Rivera.

¹³ En esta actividad participaron las siguientes personas: Ana Carmela Velásquez (UCR–CITA), Carlos Salazar Aguilar (Cámara Nacional de Productores de Leche), Carlos Valverde Guevara (CNAA), Federico Sancho (IICA Costa Rica), Geovanni Delgado H. (ECO-Lógica), Gerardo Monge (INTECO), Jorge O. Valverde Q. (Ministerio de Salud), Leonardo Granados Rojas (MAG), María Carolina Peláez (IICA), Marvin Blanco (PRODAR-IICA), Orlando La Fuente (CNP), Orlando Vega Ch. (SEPSA), Otto Rivera (Consultor), Ramón Luis Montero (PROCOMER), Rodolfo Valerín (CNP), Rosita Li Chan (ECA), Tatiana Cruz Ramírez (ORT-MEIC) y William Alfaro Morera (CNP).

¹⁴ Mediante coordinación con la Señora Susana Vázquez, asesora de la Dirección General de Comercio Exterior.

Los miembros de la Comisión indicaron que han conocido otro borrador de reglamento para las denominaciones de origen que inicialmente fue elaborado por una antigua Comisión que operó desde el Registro de la Propiedad Industrial, documento que luego fue retomado por SIECA (Secretaría de Integración Económica Centroamericana).

En general, los miembros de la Comisión se mostraron interesados e identificados con el contenido del documento, que consideraron acertado; esto permitió que se estableciera un intercambio de criterios tanto sobre aspectos generales como particulares del documento. A su vez, se emitieron recomendaciones sobre el documento y acordaron revisar detalladamente el documento y trasladar sus observaciones al Proyecto.

Finalmente, para mediados del mes de octubre, la Comisión redactó una nueva versión del reglamento que retoma los contenidos fundamentales de la propuesta del Proyecto y que se constituye en el proyecto actual de reglamento que se encuentra en revisión.

b. La propuesta de reglamento del Proyecto

Estructura y contenidos generales de la propuesta de reglamento

A continuación se hacen referencia a los contenidos principales de la propuesta, de acuerdo a la estructura básica del documento.

Capítulo I. Disposiciones generales

Establece el **ámbito de aplicación**, referido a productos de origen vegetal o animal, ampliándose la idea original de circunscribirlo a productos agrícolas y alimentarios. La Ley de Marcas sin embargo, hace referencia a los *servicios* como posibles objetos de la protección a través de denominaciones de origen.

Se incluyen **definiciones generales**:

La definición que se da para la **denominación de origen** varía ligeramente de la definición que ofrece la Ley de Marcas, básicamente en lo referente al ámbito de la protección y en que se indica que las características del producto se deben fundamentalmente y no exclusivamente al medio geográfico.

A saber:

Propuesta de reglamento: “...*es la denominación geográfica, designación, expresión, imagen o signo de un país, una región o localidad, útil para designar un producto de origen vegetal o animal como originario*”

de ese territorio, y cuya calidad o característica se deban fundamentalmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y humano?”.

Ley de Marcas “...el nombre de una región geográfica que sirva para designar un producto originario de la misma y cuya calidad o característica se deban exclusivamente al medio geográfico, comprendiendo en este los factores naturales y/o humanos, de conformidad con el Convenio de París y el Acuerdo ADPIC”.

Se configura el **Consejo de la Denominación de origen** como “...una asociación sin fines lucro, que tiene por objeto promocionar, registrar y administrar una denominación de origen y sus usos. Está integrado por quienes se dediquen a la extracción, producción, procesamiento o comercialización de los productos amparados a la denominación de origen”.

Se define también el **Pliego de condiciones** como el “ documento que contiene las características y condiciones técnicas de producción y transformación del producto y de la región de producción y/o transformación. Contiene también las disposiciones generales sobre la estructura de control del producto”.

Además como instrumento interno de control para los consejos de denominación se establece el **reglamento interno** el cual se define como “... un documento que contiene las normas emitidas por el Consejo de Denominación de la origen, que contiene las normas que regulan, entre otros asuntos, el sistema de control, fiscalización y certificación de los productos amparados a una denominación de origen. Asimismo establece los registros de productores, y/o comerciantes que por pertenecer al ámbito geográfico de la denominación de origen se encuentran facultados para explotar esa denominación”.

Capítulo II. De la solicitud preliminar de adopción de una denominación de origen.

Se establece que la **solicitud** de registro de una DO debe ser presentada por una persona física o jurídica ante la Secretaría Técnica, e incluirá el pliego de condiciones y el Reglamento interno de la denominación de origen y que será responsabilidad de la Secretaría Técnica comprobar si la solicitud se encuentra justificada.

Se establece el contenido y estructura básica del **Reglamento Interno** del Consejo de la denominación de origen y del **pliego de condiciones** y la potestad de la Secretaría Técnica para aceptar o rechazar, solicitar aclaraciones o sugerir las modificaciones a estos documentos.

Capítulo III. De los Consejos de Denominación de Origen.

Los Consejos de Denominación de origen estarán **integrados** por aquellos que se dediquen a alguna de las fases del producto y se encuentren dentro del área delimitada; sobre su forma **forma jurídica** y **funciones**, serán asociaciones sin fines de lucro, y con funciones en la elaboración de los documentos de solicitud y gestión de la inscripción, otorgamiento de autorizaciones de uso de la denominación y en la implementación del sistema de control y aplicación de sanciones, fundamentalmente.

Capítulo IV. Registro de las denominaciones de origen.

Se indica que corresponde al Registro de la Propiedad Industrial mantener un registro de las denominaciones de origen (establecido en la Ley de Marcas).

Además se puntualizan las condiciones de reciprocidad para la inscripción de denominaciones extranjeras, el contenido específico de la solicitud de registro, los requisitos y procedimientos para oposición de inscripción, y otros.

Capítulo V. Alcances de la protección legal.

Se enumeran los **derechos** conferidos a los concesionarios de una denominación de origen, tales como: uso del nombre de la DO inscrita incluyendo emblemas o signos distintivos asociados legalmente autorizados, uso de la leyenda “DENOMINACIÓN DE ORIGEN” y derecho de registrar internacionalmente la denominación de origen mediante las autoridades competentes para este efecto.

Además se indican las **limitaciones** al derecho sobre la denominación de origen y las **prohibiciones** de uso.

Capítulo VI. Modificación y extinción de los registros.

Se dan las condiciones de duración, modificación, anulación, extinción del registro de una DO y de la extinción de la autorización de uso.

Capítulo VII. De la Secretaría Técnica de las Denominaciones de Origen.

Se propone la **Secretaría Técnica** como una instancia, en principio, dependiente del Sector Agropecuario, y que será el cuerpo técnico administrativo para las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimentarios, actuando como la autoridad responsable por la promoción, vigilancia, verificación, control y defensa del sistema de las denominaciones de origen.

Se enuncian sus **funciones**; en resumen: conocer, aprobar o rechazar las iniciativas para el establecimiento de una denominación de origen y su respectivo pliego de condiciones, así como sus modificaciones cuando corresponda; fiscalizar, junto a otras entidades competentes, el cumplimiento de las condiciones de producción y elaboración establecidas en el reglamento interno, el pliego de condiciones, y en las normas técnicas y reglamentarias para el producto de que se trate; auditar a los Consejos de Denominación e intermediar en eventuales conflictos entre estos; coordinar con entidades competentes lo relacionado con la reglamentación técnica, la calidad, el control y certificación de los productos amparados a las denominaciones de origen; promover el desarrollo y la promoción de las denominaciones de origen y asesorar el desarrollo de las denominaciones de origen.

Además se propone la creación de un **Equipo Técnico de Apoyo**, el cual será convocado por la Secretaría Técnica, cada vez que se inicie una solicitud de denominación de origen o bien cuando se requiera alguna modificación al pliego de condiciones de un producto inscrito. Su principal función principal, en apoyo a la Secretaría Técnica, será la de realizar el estudio y revisión técnica de la documentación de solicitud de inscripción y registro de una denominación de origen.

Capítulo VIII. Del Registro de la Propiedad Industrial.

Se puntualizan las **funciones** del RPI principalmente en su carácter de ente registral administrativo de las DO, de acuerdo a lo que establece la legislación en materia de propiedad industrial y en particular la Ley de marcas y otros signos distintivos.

Algunas de las funciones que se indican son: conocer, aprobar, rechazar el registro de las denominaciones de origen previamente avaladas técnicamente por la Secretaría Técnica; emitir y registrar la declaratoria de uso de una denominación de origen; mantener un registro de las denominaciones de origen inscritas y de los usuarios autorizados; aplicar las sanciones previstas en la legislación en materia de propiedad industrial.

c. Consideraciones finales a la propuesta de reglamento en relación a algunas limitaciones de la Ley de Marcas

Luego de redactada la propuesta de reglamento y producto de diferentes observaciones posteriores a la misma, se han revisado algunos aspectos de su contenido, que en todo caso ya son del conocimiento de la citada Comisión.

Sin embargo, la incorporación de algunos aspectos que parecen ser necesarios dentro de un reglamento nacional para las IOG se ve limitado las características propias de la actual legislación nacional. Así por ejemplo, la Ley de Marcas no establece expresamente que el estado sea el titular de las IG o DO, patrimonio del estado y una figura de dominio colectivo, aunque podría interpretarse que esto se encuentra implicado en el concepto mismo. Igualmente, las disposiciones sobre las marcas y su relación con las indicaciones geográficas están establecidas en la ley respectiva, por lo que podría presentarse alguna confusión en la diferenciación de conceptos y procedimientos.

En lo referente al control para las denominaciones de origen, la Ley de Marcas no hace referencia, ni a una estructura de control interna para cada producto, ni a una estructura nacional gestión y promoción necesaria para las IOG, por lo que los alcances y responsabilidades de un sistema de control deben ser establecidos en el reglamento respectivo, dentro de las posibilidades que permita la legislación. En ese sentido hay que anotar que normalmente el control, en los sistemas de control y certificación de productos o procesos de consumo público, es responsabilidad del estado.

En cuanto a la instancia nacional competente en materia técnica para las IOG (en complemento a la función administrativa-registral del Registro de la Propiedad Industrial), relacionada con la gestión, promoción y control del sistema en general y en lo relativo a la auditoria de las IOG registradas, que en la propuesta de reglamento se denominó Secretaría Técnica, es posible que su creación vía reglamento se vea dificultada y se requiera una modificación a la Legislación. Hay que anotar, que la propuesta de reglamento del Proyecto ubica, física y administrativamente, a la Secretaría en una institución del Sector Agropecuario (CNP o MAG), pues se consideró que el grueso de los productos a inscribir son de tipo agroalimentario y agrícola, y es ahí donde se encuentra la capacidad técnica.

Otro de los aspectos que han sido analizados se refiere al concepto que se debe definir y reglamentar: **¿indicaciones geográficas o denominaciones de origen?**. Este obviamente, no es solo un asunto de referencia, pues dependiendo de la legislación, sus alcances pueden ser de importancia fundamental.

De esta manera, la definición de denominación de origen que da la Ley de marcas es esencialmente la misma que se contempla en el Acuerdo de Lisboa, sin embargo, como se ha indicado, la definición del ADPIC para una indicación geográfica es menos exigente que para la definición de DO.

Considerando estas diferencias en la definición y por la conveniencia en cuestiones de acuerdos y tratados comerciales bi y multilaterales, quizás sea necesario incluir en el una categoría semejante a las I.G. más cercana a la definición del ADPIC, en la que el grado de vinculación del bien con el territorio sea menor (incluso por su reputación) y que además permita, entre otras cosas, que se acepten nombres para las IG o DO diferentes al nombre geográfico originario (similar a la normativa de la U.E.).

Ambos conceptos, I.G. y D.O., deben ser sinónimo de productos de calidad con atributos de valor agregado, que además de cumplir con la normativa nacional de calidad en cuanto a sanidad e inocuidad, representen características particulares y especiales, propias de un sistema voluntario de certificación. Una nueva redefinición del concepto de I.G., sin embargo, implicaría una modificación a la Ley de Marcas, pues el que se contempla más bien corresponde al de indicación de procedencia.

3. El queso Turrialba: un producto digno de revisar a la luz de las Indicaciones Geográficas

El queso Turrialba, a pesar de que es un producto para el mercado interno, se consideró un caso interesante por las siguientes razones:

- se produce en una región fácilmente delimitable y que basa su economía en el producto;
- se trata de un producto transformado lo que permite un análisis tanto del proceso de producción de materia prima como de fabricación;

- es un producto de fabricación tradicional y con un alto reconocimiento en el mercado nacional; se supone una alta variabilidad tanto en los métodos de fabricación como en el producto pero no existen estudios previos de diferenciación y caracterización;
- el análisis de su probable condición de producto genérico podría aportar elementos interesantes para generar experiencia en esta materia;
- los productores locales y la Municipalidad del cantón de Turrialba, previamente habían manifestado su interés en proteger su nombre; y,
- existen varias entidades estatales y privadas que ejecutan proyectos para el mejoramiento de producto en todos sus aspectos.

Los estudios se orientaron bajo el principio de presentar eventualmente al mercado un producto homogéneo, sano y de calidad especial, por lo que además de cumplir la legislación vigente acerca del producto y su fabricación, sus características diferenciales y sus condiciones de producción de materia prima y fabricación, se establecerían en el *pliego de condiciones* del producto.

4. Guía propuesta para la identificación preliminar de una IOG

Para el estudio y determinación de la condición de IOG de un producto, podríamos diferenciar dos fases de análisis, que fueron aplicadas al estudio del queso Turrialba:

- un análisis preliminar para determinar la aptitud de un producto como IOG, incluyendo el estudio de las ventajas de esta condición para el producto; y una vez comprobado esto,
- estudios propios para establecer las características de la IOG.

Un primer tipo de estudio del producto, aunque no se trata de aspectos específicos como IOG, están relacionados a la situación actual del producto en cuanto a su valor económico y social actual, tanto para la región de origen de producción y fabricación, como en términos económicos para el país.

Es conveniente también analizar información de mercado, relevancia del producto en el mercado, competidores actuales, y otros elementos relacionados con aspectos de mercado y que justifiquen la notoriedad e importancia del producto y aporten elementos para suponer las ventajas comparativas de establecer la IOG.

Además, durante este análisis preliminar, hacernos algunas preguntas brindarán los primeros elementos para determinar preliminarmente que estamos frente a un producto con características de IOG. Estas primeras preguntas son importantes para decidir si debe continuar con los estudios correspondientes, los cuales finalmente aportarán la información para el *pliego de condiciones*.

El siguiente cuadro muestra algunas preguntas orientativas para analizar el potencial como IOG en los productos.

Cuadro No.2. Guía para la identificación preliminar de una IOG

1. Origen y características diferenciales del producto	
<p><i>¿Se puede demostrar que el producto es originario de un territorio particular?</i></p> <p><i>¿Tiene el producto características que lo hacen diferente respecto de otros de su misma clase o tipo?</i></p> <p><i>¿Se pueden reconocer esas características diferenciales?</i></p> <p><i>¿A qué se deben esas características? ¿a factores naturales o ambientales (clima, el suelo, hidrografía, variedades de plantas o animales) o humanos (métodos y tradiciones de producción de materia prima o de fabricación)?</i></p>	<p>El primer requisito para hablar de una IOG, es su condición de originario de un territorio, del “vínculo” entre el producto y su lugar de origen.</p> <p>Es decir, si en el territorio donde se produce o fabrica existen condiciones que son propias o particulares; tales una variedad de planta o raza animal, o unas condiciones de clima, suelo o hidrografía, o bien que la forma en que se produce o el método de fabricación del producto presenta peculiaridades.</p> <p>De este modo, estos factores determinan características, cualidades o una calidad que son diferenciales o exclusivas en el producto, tales como su sabor, su composición, su forma u otras.</p>
2. Historia y tradición del producto	
<p><i>¿Se trata de un producto con historia y tradición de producción o fabricación?</i></p>	<p>El origen es un elemento ligado a la tradición de un producto. Es a través de la historia en que se van forjando las características particulares de un producto y que adquiere la cultura de sus habitantes y su entorno.</p>
3. Reputación del producto	
<p><i>¿Es un producto con reputación? ¿Qué tanto se extiende su reputación: en la región en que se produce, en todo o casi todo el país, fuera del país?</i></p> <p><i>¿Qué factores le dieron fama y reputación al producto, fueron sus características especiales o qué otra razón?</i></p> <p><i>¿Cuándo inicio su fama? ¿Cómo se empezó a identificar con el nombre que se le conoce?</i></p>	<p>La reputación es un factor relativo, pues podría serlo solamente en un territorio determinado, en todo un país o en el exterior.</p> <p>Aunque no puede establecerse como una condición indispensable para las IOG, si adquiere valor especial cuando nos referimos a las IG, para las que, como se mencionó, es un argumento suficiente para su consideración IOG.</p>
4. Delimitación del territorio del producto	
<p><i>¿Se puede delimitar el área de producción y/o fabricación del producto?</i></p> <p><i>¿El área de producción de materia prima coincide con el área de transformación o fabricación del producto?</i></p> <p><i>¿El territorio del producto corresponde a una delimitación administrativa, o a un bloque geográfico más o menos homogéneo, o qué criterio??</i></p>	<p>Un principio fundamental para las IOG es que se pueda delimitar la extensión geográfica donde se originó, la que normalmente constituye un territorio con alguna característica homogénea, con la cual se vincula al producto.</p>
5. Carácter genérico del producto	
<p><i>¿El nombre del producto se utiliza solamente para referirse a ese producto o también para otras similares?</i></p> <p><i>¿Comercialmente el nombre del producto se asocia al lugar o región en que se haya producido o comercializado originalmente o bien a unas características particulares presentes y reconocidas en el producto?</i></p> <p><i>¿o más bien el nombre del producto se utiliza para referirse a un tipo común de producto, independientemente de su lugar de fabricación y de sus cualidades?</i></p>	<p>Normalmente, las IOG llevan el nombre de la región de origen (aunque algunas legislaciones aceptan excepciones a esto).</p> <p>Cuando este nombre, aunque se refiera al lugar en que el producto se haya producido o comercializado originalmente, haya pasado a ser el nombre común del producto, es decir, el consumidor no asocia mentalmente el nombre a su origen geográfico sino a un tipo de producto ("el nombre común de un producto"), es posible que éste haya pasado a ser genérico, y en este caso no puede ser inscrito como IOG.</p> <p>En esta determinación no solo se considera el análisis y la interpretación jurídica, sino también la opinión de los consumidores, pero más aún, dependiendo de cada caso, pueden considerarse factores de tipo cultural, económico, social y científico.</p>

c. EL PROCESO DE ESTUDIO DE UN PRODUCTO COMO IOG: EL CASO DEL QUESO TURRIALBA

Para el Queso Turrialba se siguió el siguiente procedimiento, el cual incluyó tanto el estudio preliminar como los posteriores estudios propios para establecer las condiciones de una posible IOG.

- Investigación documental sobre el producto y la región de producción y transformación
 - Fuentes documentales
 - Entrevistas y consultas personales
- Diagnóstico e inducción en el territorio
 - Determinación del interés por la DO y del potencial del producto
 - Difusión y capacitación sobre las denominaciones de origen, participación de actores locales y sistema de organización de local
- Diagnóstico preliminar del producto y su proceso de fabricación y de los factores que determinan sus características diferenciales y originarias
 - Recopilación de información preliminar en las unidades de producción de materia prima y fabricación de queso (encuestas)
 - Consultas y entrevistas a conocedores de la tradición de fabricación de queso Turrialba
- Sondeo de imagen y consumo del queso Turrialba (Encuesta-Estudio del consumo de queso Turrialba en el área metropolitana)
- Rescate de conocimientos locales y tradicionales
- Pruebas de laboratorio de la materia prima (leche)
- Evaluación sensorial del queso Turrialba (muestras)
 - Prueba de análisis diferencial
 - Descripción sensorial
- Determinación físico-químico del queso Turrialba (muestras)
- Análisis microbiológico del queso Turrialba (muestras)
- Elaboración del Pliego de Condiciones.

En resumen, el estudio preliminar arrojó lo siguiente:

- No se encontró evidencia directa acerca del carácter originario del producto, aunque posiblemente el método de producción de materia prima y fabricación presente rasgos particulares. Las características de la zona, principalmente la altitud y el clima podrían determinar también características diferenciales en la leche.

- Aunque no está documentada la historia exacta del producto, la información indica que la tradición de fabricación se remonta a más de 100 años.
- La reputación del producto es ampliamente conocida, sin embargo, no estuvo claro cómo y cuando se inició.
- En principio, el territorio de fabricación del producto es fácilmente delimitable de acuerdo a criterios de tradición de fabricación principalmente. En el caso de algunas plantas industriales, la materia prima procedía de regiones externas a la que en principio podría considerarse el territorio de la IOG.
- La posible condición de genérico del producto no estaba clara y las opiniones al respecto estaban divididas entre las personas consultada.

Con estos criterios e interrogantes se formuló el plan de caracterización del producto.

1. Actividades y metodología

a. Investigación preliminar sobre el producto y su proceso de fabricación y de los factores que determinan sus características diferenciales y originarias

- *Consulta de documentos y a personas conocedoras de la tradición de fabricación de queso Turrialba.* Se obtuvieron las primeras referencias documentales y personales sobre el queso Turrialba, sobre su historia y tradición de fabricación; formas de fabricación y características del producto, incluyendo sus particularidades; producción, comercialización e importancia económica local; formas de organización productiva y otros. Así se obtuvo los primeros criterios y aproximaciones para justificar la realización de un estudio como denominación de origen.
- *Información primaria en fincas y plantas industriales de fabricación de queso Turrialba.* Se realizaron encuestas en varias unidades fabricación (fincas y plantas industriales). Su utilidad básicamente fue obtener información general sobre la materia prima empleada, los procesos de fabricación, los productos y subproductos fabricados y, preliminarmente, algunas de sus características. Además permitió un primer

acercamiento para la delimitación de la región de producción/fabricación del queso Turrialba

b. Sondeo de imagen y consumo del queso Turrialba (Estudio del consumo de queso Turrialba en el área metropolitana)

El sondeo de imagen fue realizado por el CITA, por la M. Sc. Carmen Ivankovich experta en esta metodología, junto con quien se identificaron, como un primer paso para desarrollar el estudio, las variables de interés a ser incluidas en el instrumento de campo, pensando también en que la información obtenida tuviera utilidad como una primera exploración sobre el posible carácter “genérico” del queso Turrialba.

Luego de esto, se elaboró un primer borrador de encuesta, que fue posteriormente revisado por el Proyecto, para obtener finalmente el formulario final que fue utilizado para las encuestas.

Los objetivos del estudio fueron los siguientes:

- *Objetivo general:*
 - Evaluar la percepción del queso Turrialba y las variables con que lo asocian o identifican los consumidores.
- *Objetivos específicos:*
 - Sondear cuál es el consumo en cuanto a tipos de queso.
 - Sondear cuáles son los hábitos de consumo de Queso Turrialba
 - Conocer la percepción que tiene el consumidor del Queso Turrialba
 - Determinar si hay conocimiento del origen y producción del queso Turrialba
 - Sondear si existe interés en un Queso Turrialba que certifique su origen.

El estudio fue de corte cuantitativo y se basó en una encuesta cara a cara aplicada a 201 personas, 112 mujeres y 89 hombres. El estudio se realizó entre el 21 de agosto y el 10 de septiembre del 2003, en Cartago, Alajuela, Heredia y San José en lugares donde se podían encontrar consumidores potenciales de queso que fueran accesibles a ser encuestados, como: parques, mercados y lugares cercanos a supermercados.

Consistió de 30 preguntas estructuradas de la siguiente forma:

- Clasificación de los encuestados (edad, sexo, ocupación, categoría de ingreso y escolaridad).
- Consumo de quesos en general
- Consumo de queso tipo Turrialba en particular:
 - frecuencia y razones de consumo
 - lugar y cantidad de compra
 - diferencias y preferencias respecto del queso pasteurizado y no pasteurizado y del queso con o sin marca comercial
 - forma en que se identifica el queso Turrialba en el punto de venta
 - definición de “queso Turrialba” y de sus características (apariencia, color, olor, textura, cremosidad, etc.); su diferenciación de otros quesos blancos
 - factores de valoración del queso Turrialba
 - factores con los que se asocia el queso Turrialba (con un “tipo de queso”, con una zona de fabricación, con un origen en una zona específica, con un lugar de fabricación actual)
 - Interés por comprar y proteger queso Turrialba con las características originales y del lugar procedencia.

Con el objeto de tener información precisa, se mostraron 2 fotografías con diferentes tipos de queso (identificados con un código), para conocer cuál era el **queso más representativo** del Queso Turrialba. En la primera fotografía los productos presentados fueron:

- Queso Tipo Turrialba, pasteurizado marca Dos Pinos
- Queso Mozzarella marca Del Prado
- Queso Tipo Turrialba, redondo, marca Del Prado
- Queso fresco Palmito marca Tiqueso
- Queso artesanal Las Virtudes, elaborado en Turrialba

Se preguntó cuál era la **textura** que más caracterizaba el Queso Turrialba, mostrando otra fotografía con las fotos de:

- Queso Tipo Turrialba, pasteurizado marca Dos Pinos.
- Queso artesanal Las Virtudes.

- Queso ahumado Zarcero.
- Queso Semiduro con huecos

La información obtenida en este trabajo, en cuanto al concepto y características del queso Turrialba según la percepción del consumidor, orientó la discusión y el consenso para la definición del queso y su forma de fabricación en los talleres con productores.

c. Rescate de conocimientos locales y tradicionales

Se realizaron varias actividades grupales con los productores locales a fin de identificar el vínculo entre los factores humanos y naturales y el producto, sus características y los métodos empleados tradicionalmente en su fabricación, además de aspectos de tradición y reputación del producto.

La principal actividad fue el *“Taller de Identificación y caracterización de elementos para definir al Queso Turrialba como una denominación de origen”*, cuyo objetivo principal fue Identificar, directamente con los productores locales, los factores que determinan las características diferenciales del queso Turrialba así como caracterizar su proceso de producción y fabricación como elementos necesarios a incorporar al pliego de condiciones del producto.

Los objetivos específicos fueron:

- Lograr consenso sobre el tipo de queso que debe caracterizarse para la propuesta de un pliego de condiciones.
- Obtener información acerca de su origen, su historia, tradición y su reputación.
- Identificar los factores del medio geográfico, naturales y/o humanos, que le otorgan características diferenciales a la materia prima y/o al producto final.
- Delimitar la extensión geográfica para la producción de materia prima y fabricación de queso Turrialba.
- Caracterizar el proceso de producción de la materia prima y de fabricación del queso Turrialba.

d. Análisis de laboratorio de la materia prima (leche)

El objetivo fue identificar algunas de las características de la leche utilizada por los productores en la fabricación del queso Turrialba a fin de establecer, a través de rangos cuantitativos, las características que debe presentar la leche empleada para la fabricación

del queso Turrialba; información que fue incorporada a la propuesta de Pliego de Condiciones.

Se analizaron un total de 16 muestras de leche de fincas productores artesanales de queso Turrialba localizados en la zona de Santa Cruz de Turrialba. El análisis se realizó en el laboratorio de la Cámara Nacional de Productores de Leche, e incluyó grasa, proteína, lactosa, Sólidos Totales y Sólidos No Totales.

e. Metodología para el análisis del queso

Para definir la metodología a emplear en la caracterización del producto, principalmente en lo que corresponde a la definición de queso Turrialba y a la concepción o percepción que de éste tiene el consumidor, se pasó por un proceso de discusión e intercambio de opinión en el que participaron varias personas y especialistas vinculadas al Proyecto.

Este debate fue interesante porque se trataba de identificar un procedimiento y una metodología para la cual no existían antecedentes en el país, por los objetivos particulares del estudio de caso. Además, las características propias del producto (procesado; con alta participación de productores individuales y algunas microempresas; con alta variabilidad en el método de fabricación y en las características de producto; sin un criterio o factor diferencial, en el método o en el producto, claramente identificable; con un nombre utilizado por empresas comerciales de ámbito nacional y que en opinión de algunos, se ha convertido en genérico), hicieron más complejo el proceso.

Finalmente, y retomando las conclusiones del análisis mencionado, se acordó con el personal del CITA (mediante coordinación y participación de Carmela Velásquez, Subdirectora), el procedimiento a realizar procurando emplear las pruebas más adecuadas en relación a los objetivos del estudio de caso y en secuencia lógica.

El primer paso del procedimiento fue acordar con 14 fabricantes locales, la fabricación del queso utilizando el procedimiento de fabricación acordado en el taller *Rescate de conocimientos locales y tradicionales*, y que, en principio, sería el procedimiento de fabricación del queso Turrialba IOG y que, en teoría, permitiría obtener un producto con características similares, que serían las que finalmente deseaba obtenerse a través del proceso de estandarización.

En la prueba se utilizaron dos grupos de muestras que representaban las dos categorías de queso Turrialba que se acordó incluir dentro de la misma denominación para el Queso Turrialba, a saber: “Turrialba tradicional” y “Turrialba Tierno”.

Estas categorías, representaban a los dos grandes grupos de fabricantes, la primera de ellas los denominados “artesanales” que fabrican su queso en pequeñas plantas caseras ubicadas en su finca y utilizando exclusivamente su propia leche, normalmente íntegra y cruda. El segundo grupo, lo representan las microplantas, normalmente de mayor tamaño y con tecnología de fabricación más moderna, la mayoría de las veces utilizando leche acopiada de productores de dentro y fuera de la región, y que utilizan métodos de fabricación que difieren de los artesanales, como descremado de leche, pasteurización y otros.

Para la selección de los fabricantes, en especial los de fabricación artesanal, se procuró que se encontraran distribuidos en toda la región geográfica acordada como el territorio de la denominación de origen.

La prueba se realizó durante 4 distintas sesiones de análisis utilizando en cada caso 3 muestras de queso (*más una “muestra control” para cada grupo analizado para el caso del análisis sensorial*). En las dos primeras y en la cuarta sesión se utilizó muestras de fabricación artesanal y en la tercera sesión las muestras de fabricación industrial.

f. Evaluación sensorial del queso Turrialba (muestras)

Consistió de dos pruebas distintas denominadas análisis diferencial o diferenciación organoléptica y prueba de descripción sensorial o caracterización organoléptica, lo cual se realizó en colaboración con el CITA en los laboratorios especializados para tal fin y mediante coordinación de Sandra Calderón.

- *Análisis diferencial*

Consistió en una prueba triangular para la determinación de la diferencia entre las muestras en las que participaron 24 jueces que tienen entrenamiento para este tipo de pruebas. Se siguió el procedimiento de ejecución de la prueba y del análisis de la información indicado en el método ASCITA-M003. Se evaluó el producto molido, a temperatura ambiente y se usó luz roja para minimizar las diferencias entre productores y como material de enjuague se usó agua del tubo y galleta de soda.

En cada sesión se utilizaron 3 diferentes muestras de queso y la “muestra control¹⁵” del grupo correspondiente, contra la cual se establecieron las diferencias organolépticas.

Las 14 muestras se utilizaron de la siguiente forma:

- 2 “muestras control”, 1 representando al grupo de fabricantes de queso “Turrialba Tierno”, y 1 representando al grupo de queso “Turrialba Tradicional”.
- 9 muestras de fabricación artesanal
- 3 muestras de fabricación industrial

Las muestras utilizadas fueron de 2 kilos cada una y la muestra control de 6 kilos, requiriéndose un total de total de 48 kilos de queso para esta prueba:

- *Descripción organoléptica*

En forma complementaria e independiente de las sesiones de panel, se fue recopilando de manera individual una descripción general de los quesos evaluados en cuanto a las características sensoriales de los quesos, con un grupo de 7 jueces consumidores de este tipo de quesos frescos, a quienes se les entregó una porción de cada uno de ellos y se le solicitó que “lo describiera” de acuerdo con su parecer personal. Se obtuvo una descripción de cada uno de los quesos degustados.

g. Determinación físico-química del queso Turrialba (muestras)

Este análisis se practicó a las mismas muestras utilizadas para el análisis sensorial¹⁶. El análisis incluyó: acidez total, grasa, sólidos totales, cloruro de calcio y proteína.

Para esta prueba se requirieron 0.5 kilos de queso por muestra, por lo que se requirió un total de 7 kilos para las 14 distintas muestras.

h. Análisis microbiológico del queso Turrialba (muestras)

La prueba incluyó los siguientes análisis: Recuento total de coliformes, Número más probable de coniformes fecales, Número más probable de *Escherichia Coli* y Número más probable de *Staphylococcus aureus*¹⁷.

¹⁵ Según Sandra Calderón, coordinadora del Estudio Sensorial, el uso de una muestra control hace que el proceso sea más controlado al tomar esta muestra como referencia para la diferenciación de las demás muestras utilizadas pudiendo identificarse aquellas que se desvían respecto del control. Sin embargo, el aspecto crítico de este procedimiento es que las decisiones se toman en función de esta comparación, por lo que el control debe ser representativo del concepto de queso Turrialba.

¹⁶ Adicionalmente, en la prueba físico-química de la sesión No. 4 se utilizó una muestra de queso de marca comercial vendida en el mercado con la leyenda “tipo Turrialba”.

¹⁷ Se realizó en el Laboratorio BIOTROL en Tibás.

2. Resultados y discusión

a. Sondeo de imagen y consumo del queso Turrialba (Estudio del consumo de queso Turrialba en el área metropolitana)

A continuación se presentan los principales resultados del estudio de acuerdo al Informe de Carmen Ivankovich.

- *Generalidades del consumo de queso*

El 100% de los encuestados ha consumido algún tipo de queso y el 97% ha consumido Queso Turrialba en los 2 últimos meses.

- *Hábitos de consumo de queso Turrialba*

El 97% de los consultados ha consumido queso Turrialba en los dos meses, siendo el tipo de queso más consumido y superior a cualquiera de los otros tipos de quesos incluidos en la consulta (su frecuencia de consumo es entre una y tres veces por semana).

- *Lugares de compra*

El Súper Mercado es el principal lugar de compra, lo que ya dice mucho de cómo ha evolucionado la comercialización de este queso a través de las diferentes marcas, además se percibe como “higiénico” y “práctico y accesible”; casi un 20% utiliza el mercado (lugar físico), porque encuentran allí “un producto de calidad” y con un “precio más cómodo”. La Feria del Agricultor es otro lugar importante para adquirir “Queso Turrialba”.

- *Diferenciación del queso Turrialba y relación con la marca comercial*

El 81.6% de los encuestados estima que el Queso Turrialba *es un queso diferente* del resto de los quesos blancos.

Las diferencias percibidas entre el Queso Turrialba y otros quesos blancos son que el Queso Turrialba es: “de un sabor diferente, más rico”, “sabe mejor”, “tiene más sabor a leche, los otros son más químicos”, “es mejor en sabor y en textura”. “Tiene pocos huecos” y “No es huloso”. “El precio es más cómodo”; “es más gustoso y es más barato”; “es diferente el pasto que come la vaca y la mano que lo prepara, y “no es ácido”.

El 50% de las personas encuestadas manifiesta también percibir diferencias entre un Queso Turrialba con y sin marca. Además, la *etiqueta* (33.3%) y el *sabor* (25%) son las características más significativas a través de las cuales los consumidores identifican un Queso Turrialba, por encima de la apariencia (15%) y muy superior al lugar donde se fabrica (3%).

Por su parte, la compra de queso sin marca aparece mayor (61.2%) que el queso con marca (39.0%), según la consulta de consumo en los dos últimos meses. Esto refleja la coexistencia de producto con y sin etiqueta.

Como dato adicional se preguntó si se conocía la diferencia entre un queso *pasteurizado* y otro que no lo está. El 49.3% de los encuestados definió satisfactoriamente el queso pasteurizado; a estas personas se les preguntó la preferencia por un queso elaborado en la zona de Turrialba, la respuesta fue la siguiente: el 72% indicaron que prefieren el queso *Turrialba con marca* contra el 28% que se inclinaron por el *Turrialba sin pasteurizar, artesanal*.

- *Razones de la preferencia y valoración del Queso Turrialba*

Desde el punto de vista de las características sensoriales sobre *¿qué le gusta del queso Turrialba?*, se encontró que “sabor” (72%), “poca sal” (66%) y “textura” (56%) son de los atributos que más gustan al consumidor. De hecho el *sabor* es una de las razones de compra más fuerte en este queso”.

La característica más valorada en este queso es el “sabor” (42%), seguido de “textura” (14.2 %) y “calidad” (13.7%). Las demás características como “sin grasa”, “salud”, “poca sal”, “suavidad” e incluso “procedencia” recibieron una valoración mucho menor.

- *Características que definen a un Queso Turrialba*

“La definición del Queso Turrialba es multifacética y está en función de los atributos que más gustan al consumidor, de esta manera además de atributos sensoriales, se lo define también por su lugar de origen y por el gusto que despierta su consumo”.

Sobre cuánto definen ciertas características sensoriales al queso Turrialba se obtuvo el siguiente porcentaje de respuestas (opción “sí”): “buena apariencia” (100%), “sabor agradable” (100%), “poca sal” (85%), “color blanco” (80%), “olor suave” (79%) “pocos huecos” (76%), “textura cremosa” (67%), “húmedo, jugoso” (58%), sabor “ligeramente ácido” (55%) “brillo” (40%) y “color crema” (20%).

Una de las características más sobresalientes de la textura del Queso Turrialba es que “parte muy bien y no se desmorona” (58.6%). Sobre la percepción de la *textura* que debería tener un queso Turrialba, se indicó lo siguiente: “parte bien” (56.6 %), “compacta” (31.6%), “pocos huecos” (27.6 %), “cremosa” (17.3 %), “hulosa” (6.1 %) y “dura” (3.1 %). Al mostrar las fotografías, 44% asociaron el queso tipo Turrialba de Dos Pinos con el concepto de lo que es un “Queso Turrialba” y un 37.8% con el Queso Las Virtudes elaborado en Turrialba, en ambos casos las respuestas que dan es “porque se parece al que yo compro”, “tiene la forma del que compro”. En el caso del queso las Virtudes se agrega, “porque es rústico y tiene forma cuadrada”, “por su forma artesanal”, “porque el Turrialba tiene esta forma”.

Igualmente la *textura* del Queso Turrialba se identifica en un 45% con la foto del queso Tipo Turrialba de Dos Pinos y en un 38.8% con el Queso Las Virtudes.

- *Denominación de Origen para el queso Turrialba*

Específicamente sobre la creación de la denominación de origen para este queso el informe encontró que *un 70% de los encuestados creen que el mejor Queso Turrialba es el que se produce en Turrialba.*

Sobre la disposición a la compra de un queso Turrialba con garantía de origen, el informe menciona que “el 91.5% de los entrevistados compraría un queso con un sello o algún indicativo que le garantice que fue elaborado

Sobre este aspecto Ivankovich concluye que “la investigación demuestra que existe potencial para desarrollar un proyecto de denominación de origen en la zona de Turrialba. Quienes son conocedores de la zona, valoran los pastos y la altura del lugar, aspectos que se cree, favorecen un queso de un sabor característico, rico y gustoso”.

en Turrialba. Inicialmente, se compraría *para probar* y si el producto reúne las características de un *Queso Turrialba*, la tendencia a la compra se podría mantener”.

b. Análisis de la condición de producto genérico del queso Turrialba

Uno de los aspectos que se discute en torno a este queso es la posibilidad de que se haya convertido en genérico. La *Ley de Marcas y otros signos distintivos* de Costa Rica establece como una de las prohibiciones de registro de un producto como denominación de origen que este “*sea la denominación común o genérica de algún producto. Se estima común o genérica cuando sea considerada como tal por los conocedores de este tipo de producto y por el público en general*”. Esta definición corresponde en general a la definición comúnmente aceptada.

Normalmente se entiende que un producto a pasado a ser genérico cuando su nombre, aunque se refiera al lugar o la región en que dicho producto se haya producido o comercializado inicialmente, haya pasado a ser el nombre común del producto, es decir, el consumidor no asocia mentalmente el nombre a su origen geográfico sino a un tipo de producto ("el nombre común de un producto").

En esta determinación no solo se considera el análisis y la interpretación jurídica, sino también la opinión de los consumidores, pero más aún, dependiendo de cada caso, pueden considerarse factores de tipo cultural, económico, social y científica.

La ley costarricense no establece condiciones específicas para el análisis sistemático y riguroso de denominaciones genéricas, además no existe en el país jurisprudencia sobre el tema. El estudio *Sondeo de imagen del Queso Turrialba* podría aportar algunos elementos de consideración general para acercarse al análisis de estos productos, y para este caso en particular, principalmente en lo relativo a la apreciación del “público en general”.

Sobre el queso Turrialba, actualmente existen en el mercado muchas marcas comerciales que identifican su queso con la leyenda “tipo Turrialba”. Al respecto, el informe del Sondeo de la Imagen del queso Turrialba menciona, que *“en el proceso de industrialización del queso, el “Tipo Turrialba” es la forma bajo la que vende un queso que guarda valores asociados a la tradición y al queso artesanal de un sabor característico y una textura firme que lo define. Actualmente varias marcas comercializan el Tipo Turrialba y en varios supermercados se recrean las condiciones tradicionales del mercado en donde se corta el queso que desea el consumidor de una fracción mayor y se le da también un pedacito para que pruebe. Estas condiciones favorecen una mayor disposición a la compra porque recrean o simulan un ambiente asociado a la compra tradicional del queso”*.

Respecto al origen geográfico de este producto, *“el 80% de los encuestados opinaron que el Queso Turrialba se originó en Turrialba pero que ahora está muy difundido en otras áreas del país (54%). Igualmente “...hay quienes incluso se cuestionan si todo el queso que dice elaborado en “Turrialba” será legítimamente de allí, sobre todo cuando no tiene marca”*.

Estos resultados parecen indicar que una parte importante de los consumidores asocia mentalmente este tipo de queso con su lugar de origen, lo cual podría ser un argumento importante a favor de su condición de “no genérico”.

Una referencia interesante en cuanto a la jurisprudencia sobre el carácter genérico de las DO e IG, lo constituye el caso del **queso Feta griego**¹⁸, el cual fue inscrito en el registro de la Unión Europea como denominación de origen en el año 1996, para luego, en 1999 anular su inscripción por alegación de tres países europeos fabricantes¹⁹, entre otras razones porque se consideró que en realidad era un producto genérico, pues su fabricación se realizaba en varios países europeos aunque con materia prima y métodos distintos al queso griego. Después de un largo debate y a solicitud del Gobierno Griego, en el año 2002 nuevamente se autoriza su registro como denominación de origen.

Las siguientes son algunas expresiones de los consumidores que rescata el estudio y que reflejan la apreciación de un alto porcentaje de los encuestados: “Es un queso que lo imitan mucho”; “Es un queso clásico que se ha industrializado y ahora lo encuentra en todo lado, es casero, aunque se vende en los Súper Mercados con marcas...”. “Es suavecito, riquísimo, es el de verdad, de Santa Cruz de Turrialba pero agarraron la receta y lo hicieron en otros lugares”.

Algunos de los más importantes argumentos para su re-inscripción fueron los siguientes:

- En una encuesta practicada a consumidores de la Unión Europea, se concluyó que "el nombre "feta" no ha pasado a ser el nombre común de un producto y la mayoría de las personas que lo conocen les sigue haciendo pensar en un origen griego". Al respecto, de cada cuatro personas que conocen la denominación "feta", tres precisan que dicha denominación hace pensar en un país o una región con los que el producto tiene alguna relación. El 50 % de los encuestados afirmó que se trata de un producto con un origen determinado y un 47 % considera que se trata de un nombre común.
- Los quesos comercializados en el territorio de la U.E. “...en la etiqueta se suele hacer referencia, explícita o implícitamente, al territorio, a las tradiciones culturales o a la civilización helénica mediante indicaciones o dibujos con fuertes connotaciones griegas, aún cuando se hayan elaborado en otros estados...”, sugiriendo que “...existe una relación entre la denominación Feta y Grecia como argumento de venta inherente

¹⁸ Diario Oficial de las Comunidades Europeas. Reglamento (CE) No. 1829/2002 de la Comisión de 14 de octubre de 2002. L277/10.

¹⁹ Bajo la normativa de la Unión Europea se ha considerado que la prueba del carácter genérico de una denominación debe aportarla aquel que lo alega, es decir que se opone a la inscripción registral. en caso de duda o desacuerdo, la prueba de dicha afirmación debe someterse a requisitos muy estrictos que son resueltos por la Comisión de la U.E. apoyado en investigaciones y criterios de un Comité Científico y en caso de alegaciones por el Tribunal de Justicia.

a la reputación del producto de origen, lo que puede inducir a error a los consumidores...”; esto implica que la denominación no se emplea como “... el nombre común sin ninguna connotación geográfica, ... sino que se trate de un producto presentado generalmente como de origen griego”.

- Otro argumento fue “que es en Grecia donde se produce y consume la gran mayoría del queso Feta europeo” y los productos elaborados en otros estados se producen con otra materia prima (leche de vaca y no oveja y cabra como en Grecia) y según una tecnología diferente; además en el mercado es el queso griego original el que predomina.
- Sobre el vínculo con el territorio, se indicó que “... la leche utilizada para elaborar queso Feta debe proceder de ovejas y cabras de razas locales criadas tradicionalmente y cuya alimentación está basada obligatoriamente en la flora de zonas de pasto de regiones autorizadas” (según el pliego de condiciones presentado por el Gobierno de Grecia). Estas condiciones (forma de pastoreo, razas autóctonas, forma tradicional de fabricación mediante desuerado sin presión), le confiere al producto final un “aroma y sabor típicos” que le han dado una gran reputación internacional.

Haciendo una semejanza rápida entre la situación de ambos quesos, es posible que el primer argumento citado para el queso Feta aplique en forma similar al queso Turrialba. El Sondeo sobre este aspecto menciona que *“en espontáneo, hay un 30% de encuestados que asocian el Queso Turrialba con su lugar de origen, le sigue un 13.4% que evoca un sabor “rico” y un 9.5 % que lo asocia con buena calidad”*. Además, un 36% piensa que *es hecho en una zona específica* y tan solo un 10% considera que *es un tipo de queso*; a pesar de que el 54% opina que *se inició en una zona pero ahora está muy difundido*.

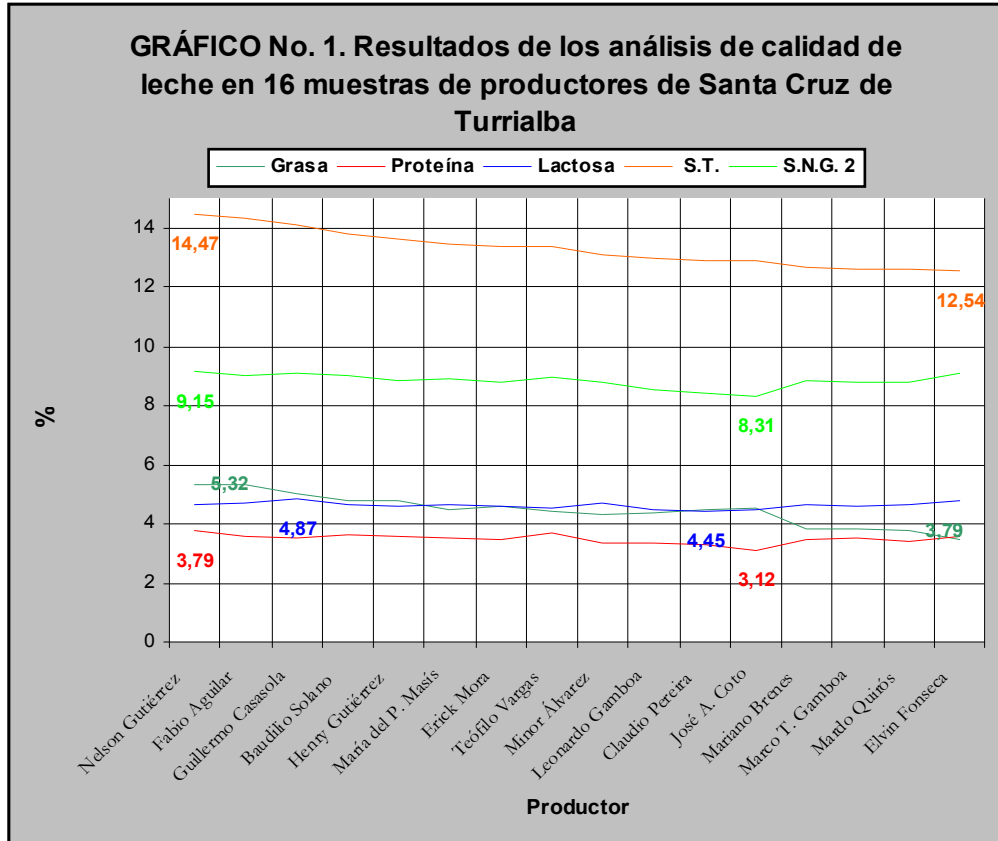
Con respecto al segundo argumento, la comparación es más sutil, pues aunque no existe algún símbolo explícito que sea utilizado por las empresas para la comercialización del queso “tipo Turrialba”, el nombre como tal parece estar asociado a un simbolismo rural, a una evocación del medio natural y a las tradiciones del lugar de origen.

El tercer argumento es un razonamiento particular de la situación europea en que el reconocimiento de las denominaciones de origen afecta a todos los países miembros de la U.E. por lo que va más allá de la situación en países particulares.

El cuarto argumento, es quizás la mayor debilidad del queso Turrialba para aspirar a una condición de denominación de origen, al menos bajo la óptica de la tradición y normativa europea, que en teoría es más exigente en cuanto al vínculo entre el producto y el medio geográfico. En este sentido, no se identificó durante la presente investigación un vínculo claramente reconocible entre el producto y el territorio, aunque es posible que incidan en sus características, en mayor o menor grado, tanto las condiciones naturales, como altitud, tipos de suelo y otros, como los métodos de fabricación. Quizás sea necesario realizar estudios comparativos con quesos fabricados en otras regiones del país a efecto de identificar particularidades en el queso Turrialba.

c. Análisis de laboratorio de la materia prima (leche)

El siguiente gráfico muestra los resultados de los análisis de calidad de leche practicados en 16 muestras de productores de Santa Cruz de Turrialba.



S.T.= Sólidos totales - ²S.N.G. = Sólidos No Grados

La leche analizada representa las características propias de la zona en cuanto a las razas predominantes y a las condiciones de alimentación del ganado. La leche provino de las razas predominantes en la región, tratándose en la mayoría de los casos de cruces en los que predominaba la raza Guernsey y en menor medida Jersey; los cruces con predominio de la raza Holstein fueron pocos.

Estos cruces de razas se encuentran dentro de las condiciones propuestas para la fabricación de queso con denominación de origen, según se ha indicado en la propuesta de *Pliego de Condiciones* para el producto, a saber:

La leche que se destine a la elaboración del “Queso Turrialba” será el producto natural, procedente del ordeño de vacas sanas y que reúna las siguientes condiciones:

- a. *Leche de vaca procedente de las siguientes razas y/o cruces: (Taller con productores, 21 julio, 2003)²⁰.*

²⁰ Las razas usadas tradicionalmente y más aptas para la producción del queso Turrialba son: Guernsey, Jersey, Pardo Suizo y Holstein. En la zona prácticamente no existe ganado puro, el ganado es mezclado (encastes) (Taller con productores, 21 julio, 2003).

- *Leche 100% proveniente de las razas Jersey, Guensey o Pardo Suizo, puras o encaste de cualquiera de estas razas en cualquier porcentaje de mezcla.*
- *Se aceptará la raza Holstein y Hershire pero solamente si se encuentran cruzadas con cualquiera de las razas anteriores.*

A partir de esta información, se pueden asumir preliminarmente los *valores mínimos* que debe cumplir la leche utilizada en la fabricación de queso Turrialba (los cuales fueron incorporados al *Pliego de Condiciones*) y que están indicados en el siguiente cuadro:

CUADRO No. 3. Valores máximo, mínimo, promedio y desviación estándar para las muestras de leche analizadas

Valor	% Grasa	% Proteína	% Lactosa	% S.T.	% S.N.G.
Mínimo	3,45	3.12	4,45	12,54	8,31
Máximo	5,32	3,79	4,87	14,47	9,15
Promedio	4.46	3.50	4.64	13.30	8.84
D.S.	0.41	0.13	0.09	0.52	0.18

Sin embargo, es conveniente realizar análisis adicionales para ajustar más apropiadamente los valores mínimos, incluyendo también estudios de tipo comparativo con leche producida en otras regiones con condiciones y características distintas. Adicionalmente, debe considerarse algún grado de variación en las características de la leche en aquellos casos de fabricantes de queso que utilizan leche proveniente de otras regiones.

Con respecto a este último punto, en la propuesta de *Pliego de Condiciones* se ha indicado lo siguiente:

Para la fabricación de Queso Turrialba se podrá utilizar un 25% de leche proveniente de otras regiones, siempre y cuando:

- *la región externa presente condiciones edafoclimáticas similares a la región delimitada para la denominación,*
- *la leche introducida haya sido obtenida según las condiciones establecidas en el presente documento y presente una composición similar a la producida en el territorio delimitado,*
- *se haya delimitado claramente la zona de producción externa de donde provenga la leche.*

Esta decisión se justificó por lo siguiente:

- Existen regiones aledañas a la delimitada que presentan condiciones edafológicas similares, que siendo zonas de producción de leche, no tienen tradición en la fabricación de queso.
- Un porcentaje de las microindustrias de la región utilizan leche proveniente de otras regiones en la fabricación del queso, y que entra principalmente en la categoría que se denominó “Turrialba Tierno”.
- En algunas épocas del año, la oferta de leche no es suficiente para producir la cantidad de queso que demanda el mercado.

Sin embargo, como se indicó, la leche debe cumplir ciertos requisitos, cuyo cumplimiento en todo caso, estaría bajo la responsabilidad del órgano de control, como lo indica el *Pliego de Condiciones* “El órgano de control de la denominación deberá garantizar el cumplimiento de estas condiciones extendiendo su sistema de control hacia las áreas externas autorizadas para la producción de leche”.

Finalmente, debemos indicar que lamentablemente las muestras utilizadas para el análisis de leche no son las mismas utilizadas para los análisis de queso que se presentan a continuación. A pesar que desde el principio de la investigación se hizo el esfuerzo por obtener una correspondencia total en las unidades de producción/fabricación estudiadas (unidades encuestadas, unidades para la toma de muestra de leche y toma de muestra de queso), no se logró controlar esta variable.

d. Rescate de conocimientos locales y tradicionales

A través las actividades grupales, principalmente del “*Taller de Identificación y caracterización de elementos para definir al Queso Turrialba como una denominación de origen*”, se obtuvo información vital sobre aspectos necesarios para la construcción del pliego de condiciones para la denominación de origen del producto, además fue el punto de partida para los posteriores estudios del producto.

A continuación se resumen algunos de los logros obtenidos (la información en detalle se encuentra incorporada a la propuesta de *Pliego de Condiciones* del producto):

- El tipo de queso que debe caracterizarse para la propuesta de un pliego de condiciones, sugiriéndose la creación de dos categorías de queso Turrialba dentro de la

misma denominación: “Turrialba Tierno” y Turrialba tradicional”, que corresponden en general a las formas de fabricación en la zona.

En general, el queso Turrialba se definió como: *“Queso de color blanco crema, no blanco puro, aroma de la leche natural, de sabor agradable específico del queso Turrialba, de textura ligeramente compacta y de buena apariencia. Al corte, da un brillo, no opaco”*.

- Información acerca de su origen, su historia, tradición y su reputación (Esta información fue complementada con entrevistas a viejos productores y con una investigación acerca del origen del nombre del producto).

Se mencionó que el queso se fabrica en la región desde hace más de cien años, pero no existe documentación precisa sobre su historia. Su identificación como “Turrialba” surgió a finales de los años 50’s, cuando un comerciante oriundo de Santa Cruz inició la comercialización del producto en la ciudad de San José; a partir de este momento el producto adquiere su reputación.

- Factores del medio geográfico, naturales y/o humanos, que le otorgan características diferenciales a la materia prima y/o al producto final.

No se identificaron factores específicos del medio ambiente, natural o humano, que en forma evidente determinen características diferenciales en el producto. No obstante, la región presenta condiciones climáticas y edafológicas muy propias, determinadas principalmente por la altitud y por los efectos del volcán Turrialba, a cuyas faldas se encuentra la región. Por su parte, no se identificaron características particulares del método de fabricación (esto posiblemente requiera estudios comparativos respecto de las formas de fabricación del queso en otras regiones del país).

- Delimitación de la extensión geográfica para la producción de materia prima y fabricación de queso Turrialba.

Se delimitó el territorio de la denominación atendiendo principalmente factores tradicionales de producción y fabricación.

- Caracterización del proceso de producción de la materia prima y de fabricación del queso Turrialba.

Se estableció un procedimiento uniforme de fabricación del queso para las dos categorías propuestas para la denominación, basado en la forma tradicional y actual de fabricación.

e. Evaluación sensorial del queso Turrialba

Los resultados correspondientes a cada muestra se indican con un código de referencia en el que “A” corresponde a producto no pasteurizado (*fabricación artesanal*), “I” a producto pasteurizado (*fabricación industrial*), “C” control y “MC” a marca la comercial que se le practicó análisis físico-químico.

- *Análisis diferencial*

Como se indicó en el apartado de *Actividades y Metodología*, el objetivo de esta prueba fue establecer diferencias sensoriales entre las muestras utilizadas provenientes de productores de queso, pasteurizadas y sin pasteurizar²¹.

En general se encontró que hay diferencias sensoriales altamente significativas ($p \leq 0.001$) entre los quesos no pasteurizados de nueve productores. Entre los quesos pasteurizados también se encontró diferencia sensorial, en donde el queso I-3 presentó un nivel de significación de 0.001 con respecto al control (IC-2); los quesos I-1 y I-4 presentaron menor diferencia sensorial con respecto al control pero aún así la diferencia es altamente significativa ($p \leq 0.05$).

De acuerdo con estos resultados, se puede concluir que al menos entre estos productores “no hay uniformidad” en las características sensoriales del denominado queso Turrialba, tanto pasteurizado como no pasteurizado y que la calidad sensorial es muy variable entre los dos tipos de queso, en donde varían características como “aspecto” del queso, “uniformidad de la masa”, cantidad de hueco y color, por ejemplo. La cantidad de sal es muy variable, desde “mucha sal”, “bien de sal”, hasta “poca sal”; el sabor en unos es “muy suave”, en otros “más fuerte”, unos saben a “más fresco”, otros a “menos fresco”. La textura cambia también en cuanto a “suavidad”, siendo unos “más hulosos” y otros “más pastosos”.

- *Descripción organoléptica*

²¹ Debe recordarse que se trató de una prueba triangular en la que se compararon, en cada sesión, tres muestras distintas contra una muestra control, realizada en 4 diferentes sesiones, por lo que no se trata de una prueba todos contra todos. Igualmente, la comparación no incluyó pasteurizados contra no pasteurizados.

El siguiente cuadro resume las características sensoriales descritas por los jueces entrenados para cada uno de los 16 quesos analizados individualmente (9 sin pasteurizar + 1 *control* sin pasteurizar evaluado tres veces + 3 pasteurizados + 1 *control* pasteurizado evaluado una vez):

CUADRO No. 4. Resumen de las características sensoriales descritas por los jueces para cada una de las 16 muestras analizadas

Característica/ Cod. Productor	APARIENCIA	COLOR	OLOR	SABOR	TEXTURA
A-1	Queso fresco No poroso Desuerado adecuado	Muy blanco, el más blanco Apropiado, característico	A natilla Característico	De muy salado a bien de sal Viejo, maduro	Suave Tierno, granuloso No chicloso, rechina en los dientes
A-2	Mas poroso que el control Desuerado normal Aspecto de queso crudo, maduro	Amarillo característico	A queso fresco característico	Poco sabor a queso Cremoso, tierno A leche sin sal, salado	Huloso, rechina Cierta dureza Cremoso y compacto
A-3	Ahuecado, poco poroso Tierno Característica	Amarillento, cremoso Característico	Ácido leche Suave, a leche Sin sal Como a queso crema Característico	Simple a leche Viejo, mas fuerte Pasado, sabor residual agrio	Suave Compacto Un poco chicloso, rechina
A-4	Desuerado normal	Amarillento	Característico Agradable Intenso a ácido	Salado Maduro Sabor residual ácido	Duro o semiduro Compacto Huloso, rechina Poroso Ahuecado Más suave que el control
A-5	Fresco, tierno Sin huecos Característica	Blanco	Como ácido Característico	De un poco salado a bien de sal Como de natilla Simple característico	Tierno, suave Elástico, un poco huloso
A-6	Muy compacta Poco ahuecado	Amarillo característico Cremoso	Suave A leche agria, como fermentado	Simple Muy salado o un poco salado	Compacta Granuloso Húmero, tierno y duro a la vez, rechina
A-7	No compacto Aspecto de queso tierno Poco poroso	De amarillento a amarillo claro Característico	Poco olor Característico	Agradable Maduro, grasoso Poco sabor Muy salado	Muy suave a suave No huloso Seco, pastoso, cremoso
A-8	Maduro Característico	Amarillento Cremoso	Normal moderado Como a leche Característico	Salado Menos fresco, más maduro	Poco compacto Mas suave Se desborona
A-9	No poroso Mucho desuerado	Muy blanco, blanco, pálido	A cuajada A leche	Sin sabor, suave, insípido, como a leche o requesón Poca sal o sin sal Pasado de maduro No característico	Suave No huloso Tierno Pastoso

Característica/ Cod. Productor	APARIENCIA	COLOR	OLOR	SABOR	TEXTURA
AC-1	No desuerado en exceso Compacto Poros en la masa	Amarillento Característico	A leche Casi sin olor	Agradable Desde poca sal, bien de sal hasta salado	Plástica, rechina Huloso Firme, de moderada dureza
AC-2	Compacto No poroso Pocos huecos Bastante suero	Amarillo crema Característico	A natilla Característico	Poco sabor Cremoso A queso fresco De bien de sal a muy salado	Cremoso Huloso, rechina Cierta dureza Elástico y suave
AC-3	Masa compacta Pocos huecos Aspecto maduro, como con mas grasa	Amarillo	Poco aroma A leche Normal para queso fresco	Suave, fresco Cremoso Bien de sal, le falta sal	Consistente, compacto Granuloso Elástico, rechina
I-1	Poco ahuecado Aspecto de queso tierno Desuerado normal	Mas blanco que amarillo claro	A leche, muy suave Tierno, no huele a queso	Casi sin sabor, poca sal Como a plástico	Tierno Un poco chicloso Mas durito que las virtudes
IC-2	Bastante ahuecado Desuerado normal	Amarillo característico	Suave, a leche fresca, tierno	Suave De poca sal a sin sal	Suave, tierna Poco huloso
I-3	Característica	Amarillento Blanco crema, amarillo pálido	Muy suave	A leche, a cuajada Bien de sal, más salado que las virtudes	Tierno, chicloso De mayor consistencia Mas cremoso, menos huloso
I-4	Muy tierno Masa compacta, sin huequitos Desuerado normal	Crema característico Claro, blancuzco, muy pálido	Muy suave, casi no huele Tierno	Muy suave, poco sabor, poca o bien de sal	Tierno, suave Poco huloso

Uno de los supuestos del estudio fue que al estandarizar el método de fabricación para las muestras estudiadas, estas presentarían características organolépticamente más homogéneas, y aunque es posible que la diversidad se haya logrado reducir, algunas de las posibles causas de esta variabilidad se podrían encontrar entre las siguientes:

- El método de fabricación del queso: el método de fabricación estandarizado fue un trabajo colectivo con los productores atendiendo a sus métodos tradicionales, sin embargo, es posible que la fabricación controlada, a pesar de no implicar un cambio significativo respecto a la forma común de hacer queso de fabricación artesanal, si significara un cambio de actitud y en las condiciones de fabricación para ajustarse a un procedimiento que requería, controlar dosis (como la sal); controlar el prensado de la

cuajada (en cuanto a la presión de la masa y al tiempo de prensado), entre otras cosas²²:

- Diferencias en las características de la leche: lamentablemente no pudo correlacionarse los contenidos de grasa en la leche con los contenidos de grasa en el queso e incluso con su coloración, pues las unidades de producción/fabricación no fueron las mismas²³. Además, los fabricantes de queso pasteurizado utilizan, en algunos casos, leche proveniente de regiones externas a la estudiada cuyas características no se conocen.
- El método de diferenciación utilizado: la prueba triangular aplicada solo permitió la comparación de las características del producto en grupos de tres muestras, en diferentes sesiones; además, es posible que diferencias en la muestra control en las diferentes sesiones afectara los resultados²⁴.

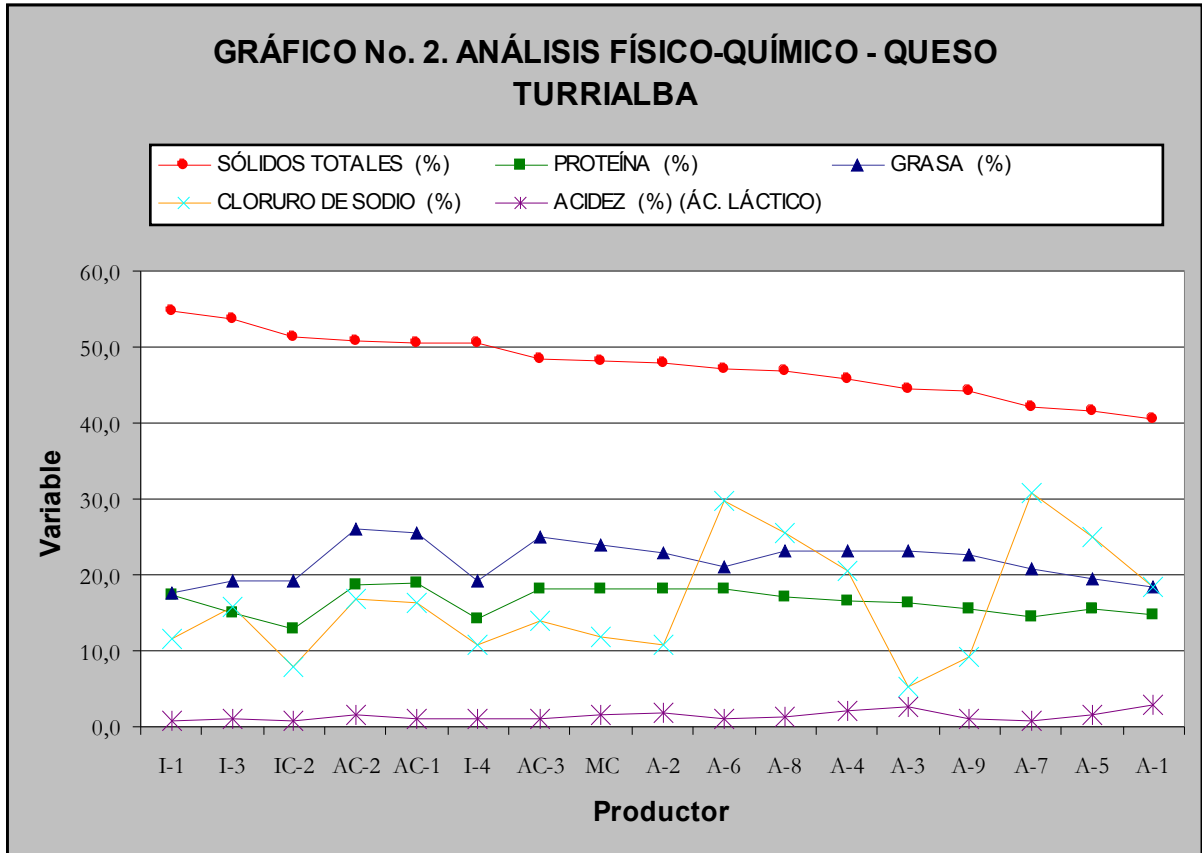
f. Determinación físico-química del queso Turrialba

El siguiente gráfico muestra los resultados de los análisis físico-químicos realizados en las 17 muestras estudiadas (incluye la muestra de producto de marca comercial no fabricado en Turrialba). Los resultados se presentan ordenados descendientemente de acuerdo a la variable S.T. (Sólidos Totales), a fin de observar las tendencias y posibles correlaciones.

²² Algunos productores mencionaron que para la muestra fabricaron el queso como siempre lo hacen “pues es lo mismo”. Un caso particular de apuntar, es el de la muestra que presentó la tercera mayor concentración de sal (en el análisis físico-químico), la que se almacenó, como normalmente se hace, en condiciones ambientales al no existir electricidad en la quesería, por lo que para su preservación es posible que se aumente la cantidad de sal.

²³ Tampoco pudo hacerse una correlación indirecta con las razas de ganado de los productores pues las muestras de queso estudiadas provenían de unidades de fabricación distintas a las que se realizaron las encuestas al inicio del estudio.

²⁴ Otro tipo de prueba que puede utilizarse de tipo cuantitativo, en la que los jueces establecen las características en una escala con unidades cuantitativas para cada variable. No obstante, esta prueba requiere de un grupo de jueces que hayan recibido un entrenamiento consistente y muy específico de cerca de tres meses con el producto particular.



Los datos originales correspondientes a *acidez* y *cloruro de sodio* fueron multiplicados por 10.
MC corresponde a la marca comercial de queso “Tipo Turrialba”.

CUADRO No. 5. Variables estadísticas de los datos del análisis físico-químico de 17 muestras de queso Turrialba

VARIABLE ESTADÍSTICA	SÓLIDOS TOTALES (%)	PROTEÍNA (%)	GRASA (%)	CLORURO DE SODIO (%)	ACIDEZ (%) (ÁC. LÁCTICO)
Promedio Tot	47,6	16,4	21,8	1,7	0,1
Prom. Artesan	45,9	16,8	22,6	1,9	0,2
Prom. Indust	52,6	14,8	18,8	1,2	0,1
Máximo	54,7	18,9	26,0	3,1	0,3
Máximo Artes	50,8	18,9	26,0	3,1	0,3
Máximo Indust	54,7	17,3	19,2	1,6	0,1
Mínimo	40,4	12,9	17,6	0,5	0,1
Mínimo Artes	40,4	14,5	18,5	0,5	0,1
Mínimo Indust	50,4	12,9	17,6	0,8	0,1
D.S. Total	4,1	1,8	2,6	0,8	0,1
D.S. Artesan	3,4	1,6	2,3	0,8	0,1
D.S. Indust	2,0	1,8	0,8	0,3	0,0

Según los valores de D.S., las características físico-químicas variaron (con respecto al promedio) en el siguiente orden de mayor a menor: sólidos totales, grasa, proteína, sal y acidez.

Los S.T. aparecen en mayor concentración en las muestras de queso de fabricación industrial (promedio superior al promedio total Además esta característica varió mas entre el grupo de “quesos artesanos” (D.S.=3,4) que entre el de “industriales” (D.S.=2,0). Esta mayor heterogeneidad en los quesos artesanos refleja la variabilidad en los métodos de fabricación con relación a un proceso más controlado en los quesos de fabricación industrial.

La concentración de S.T. es un indicador del contenido de humedad (a mayor S.T. menor humedad), variable en la cual se esperaba un menor contenido en los quesos industriales por su condición de “queso tierno” (y por el método de moldeo que se realiza con volteo y no con prensado de la cuajada). Sin embargo, el proceso industrial favorece una mayor retención de sólidos lo que en consecuencia refleja la mayor eficiencia del proceso en cuanto a rendimiento.

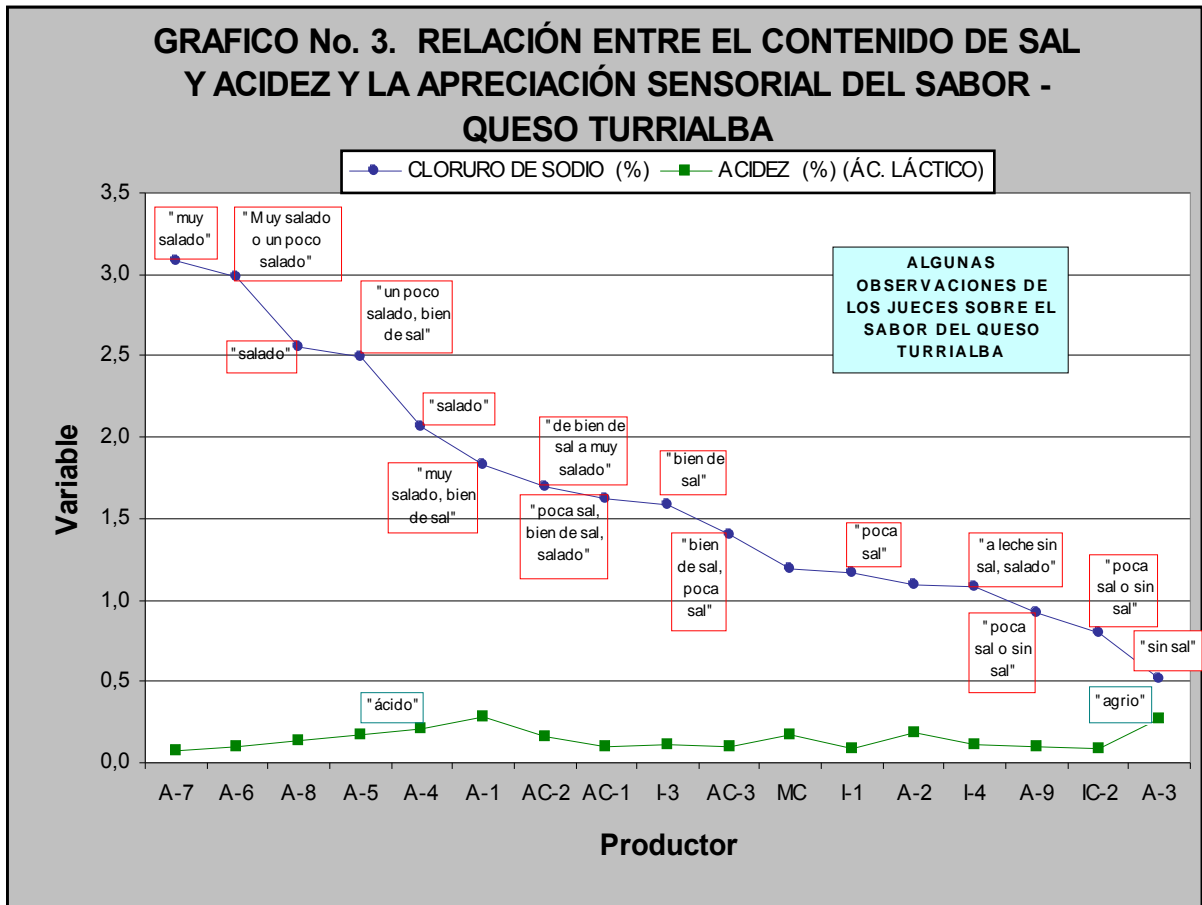
El porcentaje de grasa, por el contrario, mostró una concentración mayor en los “quesos artesanales” pero también una D.S. mayor. Esto también se puede explicar por la práctica usual en la fabricación industrial de descremar la leche; dentro del grupo de productores artesanales las diferencias podrían deberse principalmente a las diferentes concentraciones de grasa en la leche, como consecuencia de la raza de ganado y la alimentación.

Los contenidos de proteína no mostraron variaciones entre los grupos, aunque los quesos de fabricación artesanal presentaron concentraciones ligeramente superiores. Cabe mencionar que las variables grasa y la proteína fueron las que presentaron el mayor grado de correlación (Coeficiente de Correlación = 0,7).

Los quesos industriales también presentaron concentraciones de sal y grados de variación marcadamente más bajos que los artesanales, igualmente consecuencia del grado de control del proceso entre ambos grupos de fabricantes. Esto contribuye con la sospecha de que en la mayoría de los casos no se controló la dosis de sal.

Finalmente, la acidez se observó solo ligeramente superior en los quesos artesanales.

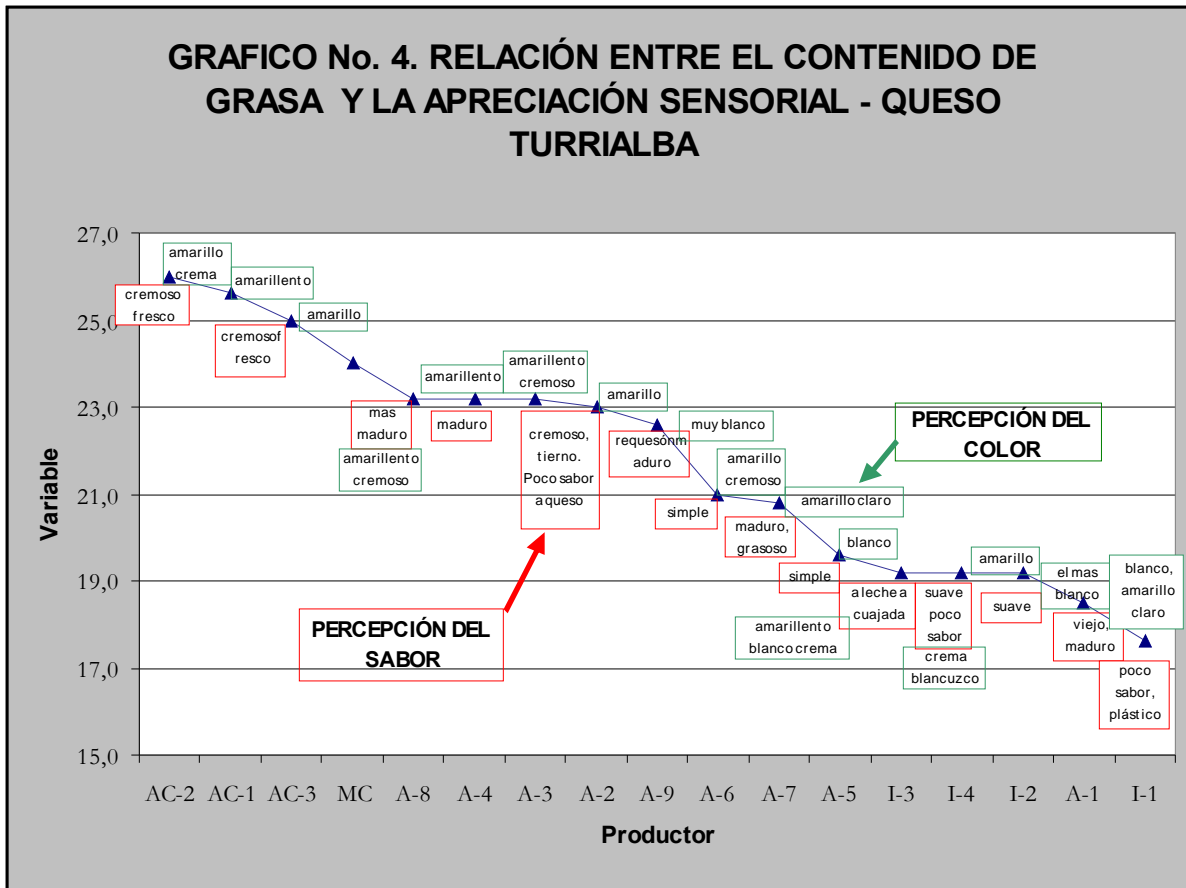
A fin de favorecer algunas observaciones rápidas entre las percepciones de los jueces en el análisis sensorial acerca del sabor de los quesos en cuanto a su *condición de salado o ácido* y los contenidos de sal principalmente, pero también de acidez, se elaboró el siguiente gráfico. Se presentan las concentraciones de sal ordenadas en forma descendente.



Como se observa, existe una estrecha e interesante “correlación entre los contenidos de sal en las muestras y las apreciaciones del equipo de jueces”.

En cuanto a la acidez, las muestras A-3 y A-4 que estuvieron entre los valores más altos fueron descritas como de sabor residual “agrio” y “ácido”, respectivamente. Para ninguna de las otras muestras se mencionó esta condición.

Igual que en el análisis anterior, se intentó apreciar algunas “correlaciones” entre el contenido de grasa en el queso y sus características de olor y sabor, según la apreciación de los jueces en el análisis sensorial. El siguiente gráfico presenta las concentraciones de grasa ordenadas en forma descendente junto a algunas de las apreciaciones de los jueces.



No parece existir una gradualidad en el color respecto al contenido de grasa, sino como ya se indicó, los quesos de fabricación industrial presentan las menores concentraciones de grasa, esto coincide con un color más “amarillo claro” o “blanco” con relación al color predominante en los quesos artesanales, “amarillo” o “amarillento”.

En cuanto a la percepción del sabor, en general podría decirse que los quesos con mayor contenido de grasa tienden a ser descritos con el calificativo de “cremoso”, “cremoso fresco”, “mas maduro”; por debajo de 23% de grasa empiezan a aparecer calificativos como “requesón” y “simple” y por debajo del 20% términos como “suave” y “poco sabor”.

g. ¿Queso Turrialba: denominación de origen o indicación geográfica?

La variabilidad mostrada entre los quesos, lleva a pensar en el grado de uniformidad al que pueda aspirarse, considerando que son muchos los factores que, bajo las actuales condiciones de fabricación en la zona, introducen variabilidad.

Por otro lado, como se indicó antes, no se encontró un vínculo definitivo y directo entre el territorio y el producto, que le confiera unas características diferenciales.

Desde este punto de vista, se propone la consideración de los siguientes aspectos:

- Establecer rangos de variabilidad relativamente amplios en características de variabilidad implícita, pero uniformar aquellas debidas al método de fabricación (tales como el salado, el batido, el prensado y otras), que son más perceptibles por los consumidores y que además pueden ser visibles a través de análisis físico-químicos (*sería algo más cercano al concepto de indicación geográfica*).
- Poner el énfasis en aquellas características que sean comunes en los productos y que a la vez representen las características particulares o diferenciales de este producto con respecto a productos similares producidos en otras regiones. Esta identificación, sin embargo, posiblemente requiera estudios comparativos con productos de otras regiones (*sería algo más cercano al concepto de denominación de origen*).

La perspectiva correcta...!

“¿La D.O. se crea porque un producto tiene cualidades específicas diferenciadas o es al contrario, la creación de una DO provoca que un producto se diferencie de otros, y en función de esto potencie su desarrollo?

¿Es necesario que productores grandes y/o pequeños, comercializadores y consumidores definan su queso Turrialba ideal, o a partir de un queso de calidad con D.O. darles una propuesta para la fabricación, la comercialización y el consumo?

En el medio siempre esta la virtud”

C. Álvarez.(Departamento de Ingeniería Agroforestal. Universidad de Santiago de Compostela, España.

h. Construyendo un concepto del “queso Turrialba”

A pesar de la diversidad y variabilidad de la información anterior y de las relativamente pocas muestras de queso estudiadas, podríamos intentar una aproximación a lo que puede entenderse como “Queso Turrialba”.

Tenemos:

Los **productores** han definido queso Turrialba como:

“Queso de color blanco crema, no blanco puro, aroma de la leche natural, de sabor agradable específico del queso Turrialba, de textura ligeramente compacta y de buena apariencia. Al corte, da un brillo, no opaco”.

Los **consumidores** lo asocian con características como las siguientes:

¿Cómo definiría usted el Queso Turrialba?

Sabor y cantidad de sal: *“Es un queso de sabor que deleita, sabe a finca”. “Es un queso de sabor diferente, tiene más sabor que otros”. “Es un queso suave, con un sabor como a crema, con poquita sal y de muy buena calidad”. “Tiene poca sal”.*

Grado de madurez: *“Es un queso fresco, suave y no se desmorona”. “Es un queso fresco y liviano de sabor”.*

Textura: *“...tiene una textura firme y muy buen sabor”.*

Color: *“...es un queso blanco, compacto y de buen sabor”*

Saludable: *“Es un queso con poca sal y liviano en grasa”. “Es más bajo en grasa”. “Es un queso rico, menos grasoso, que no cae mal... “Es un queso suave, fácil de digerir y a los niños les gusta mucho”*

Usos: *“Es un queso rico que se usa en muchas cosas, pizzas, canelones, para freír...”*

Zona geográfica: *“Es un queso de muy buena calidad con un sabor llamativo por la ganadería de la zona, con solo el nombre me imagino los pastos”*

Tradición: *“Es un queso de tradición”. “Toda la vida lo he consumido”. “Desde niño, mi mamá le decía a mi papá, tráigame queso Turrialba y yo por tradición de mi padre lo compro”*

(Sondeo al consumidor sobre el Queso Turrialba, sept. 2003. Carmen Ivankovich. CITA-UCR).

Organolépticamente, a pesar de la variabilidad encontrada en los quesos, algunas características parecen predominar en cada uno de los grupos:

CUADRO No. 6. Características sensoriales mencionadas más frecuentemente en las 16 muestras estudiadas

Grupo Característica	Artesanal	Industrial
Apariencia	Más maduro, pocos huecos, pocos poros, desuerado de normal a bastante	Tierno, pocos huecos, desuerado normal
Color	Amarillo, amarillento, cremoso	Amarillo claro, blanco crema, blancuzco
Olor	A leche, característico	Suave, muy suave, tierno
Sabor	Más salado, algo maduro o cremoso	Poca sal, suave
Textura	Compacto, granuloso, un poco huloso	Tierno, poco huloso

Físico-químicamente, en cuanto al contenido de sal, observando la *correlación* entre las concentraciones de sal y quizás interpretando algunas contradicciones presentes en las apreciaciones de los jueces en el estudio sensorial, podría establecerse los siguientes rangos, que en todo caso serían de utilidad para posteriores trabajos más precisos:

CUADRO No. 7. Interpretación de la relación entre la apreciación del sabor (variable sal) y las concentraciones de sal en las muestras

Descripción	% de sal
“muy salado”, “salado”, “un poco salado”	Superior al 2.0%
“bien de sal”	De 1.5% a 2.0%
“poca sal”, “sin sal”	Inferior al 1.5%

Para otras variables físico-químicas, tales como sólidos totales, proteína, grasa y acidez, se puede tomar, en principio, como característicos del queso Turrialba, los valores mínimos mostrados en los análisis de laboratorio.

En conclusión, podríamos definir al **Queso Turrialba** como... **“Queso suave y fresco, de color entre blanco y crema, obtenido a partir de leche de vaca natural, cruda o pasteurizada, a través de métodos de fabricación tradicionales, conservando el sabor, aroma y características propias de la leche natural de la región”,**

... y que presenta las siguientes características:

- *Físicas:*
 - Forma: cuadrada.
 - Peso: 0,5, 1.0, 1,5 y 3.0 Kg.
- *Químicas:*
 - Humedad máxima: 50%²⁵
 - Grasa mínimo: 17% para “Turrialba Tierno” y 19 % para “Turrialba Tradicional”
 - Proteína mínimo sobre extracto seco: 12%.

²⁵ Obtenido como valor inverso del porcentaje de Sólidos Totales.

- Sólidos Totales mínimo: 45%
- Acidez (ácido láctico): 0.1-0.3 %
- Sal: 1.0 - 2.5%
 - *Organolépticas:*
- Pasta: de textura blanda ligeramente cremosa y ligeramente compacta, de buena apariencia, con pocos ojos desigualmente repartidos. Al corte, da poco brillo, pero no totalmente opaco. De color amarillo cremoso, para el “Turrialba Tradicional”, a blanco crema para el “Turrialba Tierno”, reflejando para este una pasta más tierna.
- Aroma: suave, poco ácido, con recuerdo a la leche de procedencia.
- Sabor: agradable y liviano. Lácteo y algo cremoso, de salado suave. El “Turrialba Tradicional” muestra una sensación más cremosa y ligeramente más salado.
- Corte: parte bien y no desborona, funde bien.

Estos resultados han sido incorporados a la propuesta de *Pliego de Condiciones* para el producto y que aún se encuentra en proceso de revisión.

4. COMENTARIOS FINALES

1. Es **innegable la importancia** que tiene para un país desarrollado o en desarrollo, el establecimiento y protección del origen geográfico de los productos a través de signos distintivos que acrediten una serie de características cualitativas que hacen que el producto sea aceptado y distinguido por los consumidores en el mercado nacional o internacional.
2. Algunas factores que justifican la **importancia de un sistema de protección** de las IOG: en el ámbito local, la existencia de una variedad productos regionales, la protección de nombres de productos con reputación como un factor de desarrollo local, el acceso a nichos de mercado para los productos diferenciados y de origen geográfico reconocible derivado de la valoración de estos productos por los consumidores. Internacionalmente, la inclusión del tema en los tratados comerciales y en los acuerdos bi y multilaterales, lo que podría convertirse incluso en una barrera para-arancelaria para países sin regulación, la necesidad de proteger nacionalmente las DO como una condición para su protección internacional.
3. Aunque el objetivo principal de una IOG es mejorar su acceso y posición en el mercado a través del mejoramiento de su calidad y la protección de su nombre, hay **otros beneficios potenciales** asociados. El rescate y protección de recursos endógenos (materias primas, conocimientos, mano de obra), la administración y gestión por los actores locales (en la definición, implementación y control de la DO) y el reforzando los lazos de identidad regional, son también beneficios potenciales. Además las IOG, en principio, favorecen la distribución equitativa de la riqueza mediante la valorización del patrimonio local. Siendo un buen ejemplo de la propiedad intelectual al servicio de las regiones rurales.
4. Las IOG deben formar parte de la **política general de desarrollo rural y de mejoramiento de la calidad** agroalimentaria e integrado a las políticas y programas del sector agropecuario. El impulso inicial en el desarrollo y consolidación del sistema es fundamental.
5. La normativa debe incluir las categorías de **denominación de origen e indicación geográfica**. Las IOG, exigen que el producto tenga cualidades diferenciales otorgadas

por el medio geográfico; en las IG ese vínculo puede no ser geográfico y solo la reputación sería suficiente para la protección. Crear un sistema de DO favorece una eventual homologación con países y bloques con el mismo modelo, pero limita el ámbito de productos y exige más trabajo y costos en desarrollo y mantenimiento, lo mismo que y en caracterización y control de productos; crear solo IG podría limitar el reconocimiento de productos nacionales en ciertos mercados regionales.

6. En Costa Rica, el primer paso en la implementación del sistema de IG-DO, debe ser la **aprobación del reglamento nacional**, para lo cual están dadas las condiciones y se ha generado un ambiente de consenso sobre los aspectos más esenciales del sistema entre las diferentes instituciones con responsabilidades directas e indirectas. El Sector Agropecuario debe incorporarse a este proceso a fin velar para que el contenido del documento final responda en todas sus dimensiones al concepto de las DO.

La implementación de algunas de las recomendaciones planteadas podrían requerir algunas modificaciones a la legislación actual sobre IOG, por lo que debe también considerarse la posibilidad de una reformulación, sin descartar la elaboración de una **legislación específica** y separada de la Ley de Marcas.

7. El siguiente paso debe ser la **habilitación de la estructura básica de organización**, a saber, la Secretaría Técnica y, cuando corresponda, los Consejos de Denominación de Origen. Estas figuras, propuestas en el reglamento, son fundamentales para la operación del sistema.
8. El tema de las IOG es complejo y especializado e involucra a diferentes áreas de actividad en el orden económico, comercial, social, cultural, histórico, jurídico, de normalización, certificación y acreditación, sistemas de calidad y otros. En este sentido es fundamental integrar en la gestión de un sistema nacional de DO a **representantes de diversas instituciones y sectores económicos**.
9. En el medio nacional, el conocimiento general sobre el tema, es bajo y con frecuencia no se conceptualiza integralmente. Es recomendable iniciar **procesos educativos** dirigidos a los actores interesados del sector público, privado, productores, fabricantes y al público en general. Además debe desarrollarse un **programa de capacitación** sobre el tema.

10. Internacionalmente los sistemas de certificación y acreditación son cada vez son más importantes por su función en garantizar las características de los productos y procesos de producción, otorgando generalmente, ventajas comerciales. En este sentido, la implementación en el país de un sistema de IOG debe desde el principio propiciar las condiciones para el **desarrollo de sistemas de certificación formal**. Por el momento, los órganos de control de las primeras IOG nacionales deberían ir creando condiciones para adecuarse a los principios de la norma correspondiente (ISO 65).
11. La identificación del potencial de un producto como IOG y la posterior elaboración del pliego de condiciones es una actividad algo compleja, sistemática y especializada, por lo que es conveniente desarrollar instrumentos de apoyo y orientación para el estudio de productos. La **elaboración de guías** para la identificación de productos con IOG y la elaboración de pliegos de condiciones es una tarea pendiente, lo mismo que de **formularios para los trámites de inscripción y registro**.
12. Es importante elaborar **listas exhaustivas** de productos con potencialidad como IOG tomando en consideración tanto los criterios propios de las DOs (e IGs) como origen, tradición, características diferenciales, reputación, territorio y otros de tipo económico como valor económico regional o nacional y beneficios comerciales en el mercado nacional e internacional, como una base dirigir los esfuerzos para el desarrollo de los productos.

Queso Turrialba...

13. Aunque no es posible predecir el beneficio concreto de una IOG para el queso Turrialba, el alto consumo interno de este producto, el prestigio de su nombre y las valoraciones que los consumidores hacen de los productos del medio rural incluidas las asociaciones con simbolismos del campo, parecen ser **señales favorables**.
14. **No se encontró uniformidad en las características** sensoriales y físico-químicas de las muestras de queso Turrialba estudiadas, lo que impidió obtener una caracterización completa y definitiva del producto. Sin embargo, por las condiciones propias de fabricación en la zona, no se puede pretender un alto grado de homogeneidad del producto, lo cual, también es propio de una gran cantidad de DO en el mundo. Es

necesario realizar estudios con un mayor control del método de fabricación para establecer las características finales del producto.

15. El queso Turrialba tiene una identidad y algunas características con las cuales se le identifica, sin embargo, no están claras las cualidades que le otorgan a este producto un carácter diferencial, ni tampoco el vínculo entre sus características y el medio geográfico de origen, aunque es posible que incidan en sus características, en mayor o menor grado, tanto las condiciones naturales, como altitud, tipos de suelo y otros, como los métodos de fabricación. Sería de utilidad **realizar estudios comparativos** con quesos fabricados en otras regiones del país y con respecto a otros quesos *Tipo Turrialba* de marca comercial a efecto de identificar sus peculiaridades. Esto a su vez arrojaría información de utilidad para determinar finalmente su condición de denominación de origen o de indicación geográfica.
16. La IOG debe ser sinónimo de calidad. Esto requiere crear la condiciones tecnológicas y de producción para la implementación gradual de **sistemas de control de calidad**, tales como BPA, BPM y HACCP y de trazabilidad.
17. Todas estas prácticas deben complementarse con el uso de **marcas comerciales** por los productores artesanales, lo que aumentaría la confianza del consumidor y mejoraría las oportunidades de mercado al favorecer el acceso a extensiones comerciales de mayor tamaño en las que actualmente tienen poca incursión los productores artesanales.
18. Las opiniones en torno al **carácter genérico del queso Turrialba** son diversas y antagónicas. Aunque el estudio aportó información básica para este análisis, la legislación nacional no ofrece elementos suficientes para un análisis sistemático y riguroso, tampoco existe en el país jurisprudencia. Aunque podría considerarse que queso Turrialba ha pasado a ser el nombre común de un producto, no parece suficiente para demostrar esto, su variabilidad y fabricación fuera del territorio de origen; por otro lado, un porcentaje importante de los consumidores asocian mentalmente el nombre a su origen geográfico. Se requiere de un análisis desde el punto de vista jurídico, apoyado también en los convenios internacionales en la materia suscritos por

el país. Igualmente hay que considerar las implicaciones legales del uso comercial de la leyenda “tipo”.

19. Una dificultad presentada para el análisis y la correlación de los datos fue la variación de las unidades de producción estudiadas durante el período de investigación. De esta manera no fue posible correlacionar la información obtenida entre los siguientes grupos: fincas y plantas de la encuesta preliminar, unidades de producción utilizadas para el análisis de la leche, unidades de producción utilizadas para el análisis sensorial, físico-químico y microbiológico del queso.

Futuras trabajos con productos similares deberían consolidar desde el inicio de la investigación **un grupo estable de trabajo**, de productores, fabricantes, comerciantes del producto y representantes institucionales locales. Esto daría ventajas en cuanto a la capacitación de los actores en el tema, la integración posterior del órgano de control y la obtención de información de las mismas unidades de producción/fabricación para la correlación de las variables estudiadas.

20. Para el establecimiento de una DO o IG de queso Turrialba, además de lo anotado anteriormente, debe revisarse y acordarse el contenido final de Pliego de Condiciones, así como definir y establecer el órgano de control y su reglamento interno tal como se presenta en la propuesta de reglamento para las IOG, incluyendo la estructuración del sistema de control de calidad. Este órgano de control debe capacitarse en la aplicación de la norma ISO 65, para lo cual será fundamental el apoyo del ente nacional competente.
21. Un aspecto pendiente y fundamental es la **determinación de los costos** de desarrollar la IOG de este producto. Su implementación requiere posiblemente mejorar los procesos de tecnología, estandarizar los métodos y el producto, establecer un órgano de control financieramente autosuficiente y otros, que deberían de compensarse contra los beneficios esperados.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bérard, L.; Marchenay, P. 1996. La construcción social de los productos de la tierra. *Agricultura y Sociedad* 80-81:31-56.
- Boyazoglu, J; Morand-Fehr, P. 2001. Mediterranean dairy sheep and goat products and their quality - A critical review. *Small Ruminant Research* 40 (1): 1-11
- Caldentey, P; Gómez, A. 1996. Productos típicos, territorio y competitividad. *Agricultura y Sociedad*. 80-81:57-82.
- Castillo, M. C.E. 2000. La nueva ley de marcas El Salvador. - El Salvador Romero Pineda & Asociados. Consultado nov. 2002. Disponible en <http://www.xx.xxx.xx/xxx>
- CNP (CONSEJO NACIONAL DE PRODUCCIÓN, CR). 2000. Ficha Técnica de información nutricional de queso. Área de Desarrollo de Productos. Procesos Agroindustriales. 23 p.
- COMEX (MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR, CR). 2001. Examen de la legislación nacional de Costa Rica en Propiedad Intelectual. Consejo de los ADPIC, 18 al 22 de junio del 2001. Declaración Introdutoria. 10 p. Consultado 10 mar. 2003. Disponible en <http://www.comex.go.cr>
- COMEX (MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR, CR). 2001. Respuestas a las preguntas recibidas de parte de la Delegación de la Unión Europea. Examen de la legislación nacional de Costa Rica en Propiedad Intelectual. Consejo de los ADPIC, 18 al 22 de junio del 2001. Declaración Introdutoria. 24 p. Consultado 10 mar. 2003. Disponible en <http://www.comex.go.cr>
- COMISIÓN DE LA COMUNIDAD ANDINA. Decisión 486: Régimen Común sobre Propiedad Industrial. Septiembre de 2000.
- Convenio Centroamericano para la Protección de la Propiedad Industrial. Ley No. 4543 del 18 de marzo de 1970.
- CONVENIO CONSTITUTIVO DEL ARREGLO DE LISBOA Relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional (enmienda de 1979).
- CONVENIO DE PARÍS PARA LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL. Enmienda del 2 de octubre de 1979.
- Correa, C. 1996. El acuerdo TRIPs y el comercio internacional: efectos sobre América Latina y el Caribe: instrumentación del acuerdo TRIPs. SELA (LADI/CEPAL/SELA/III/RGPC/DT, no. 5).
- Couillerot, C. 2000. The Protected designations of origin. Institute of Rural Economy of ETH from Zurich. Consultado 17 mar. 2001. Disponible en <http://www.aoc-igp.com/Aopgb/haopgb.htm>
- Diez, K. 2001. La protección de las marcas en algunos países de América Latina. Informe de la gestión desarrollada en materia de propiedad industrial en la República de Panamá.
- Echenique, J. 2002. Las denominaciones de origen en Chile. Presentación. Consultado sept. 2002.
- Gabriela Tallarico, 2000; La construcción comunicativa de las denominaciones de origen. Una aproximación al análisis del sector vitivinícola español, en *Revista Latina de Comunicación Social*, número 34, de octubre de 2000, La Laguna (Tenerife). (3.744 palabras - 8 páginas). Consultado 9 de dic. 2003 <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000kjl/n34oc/47s4talla.htm>

- García, M. A. 2001. Some notes on the protection of appellations of origin in countries with emerging economies the Andean community. Symposium on the international protection of geographical indications. National Directorate for Industrial Property, Ministry of Industry, Energy and Mining of Uruguay/World Intellectual Property Organization (October 30, 2001). (Documento WIPO/GEO/MVD/01/1).
- García, M. L.A.F. 2001. Algunos apuntes sobre la protección de denominaciones de origen en países de economías emergentes: La Comunidad Andina In: 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. Documento OMPI/GEO/MVD/01/4
- Granados, R.; Álvarez, C. 2002. Viabilidad de establece el sistema de denominaciones de los productos agroalimentarios en Costa Rica. *Agronomía Costarricense* 26(1): 63-72
- Haynes, S. 1999. Geology and wine. Concept of terroir and the role of geology. *Geoscience Canada* 26(4): 190-194.
- Illbery, B; Kneafsey, M. 1999. Niche markets and regional speciality food products in Europe: towards a research agenda. *Environment and Planning* 31(12): 2207-2222.
- Illbery, B; Kneafsey, M; Bamford, M. 2000. Protecting and promoting regional speciality food and drink products in the European Union. *OutLook On Agriculture* 29(1): 31-37.
- Jatib, M. I. 2000. Argentina tiene ley de denominaciones de origen, ¿y ahora qué? Consultado sept. 2002. Disponible en <http://www.cinterac.com.ar/informes>
- Jordana J. 2000. Traditional foods: challenges facing the European food industry. *Food Research International* 33: (3-4) 147-152
- Kung, P. 2000. An effective sui generis system for protection of plant varieties according to TRIPs. *Chimia* 54(5): 302-306.
- Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos de Costa Rica: Ley 7978 de 6 de enero de 2000. La Gaceta, No. 22.
- Leyes sobre etiquetado de los productos.2002. Costa Rica. Consultado 10 oct. 2002. 3 pgs.Disponible en <http://www.etiquetado.go.cr>.
- MAPA (MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN, ES). 1998. Hechos y cifras del sector agroalimentario español. Área de documentación e información, Secretaría General Técnica. Madrid. 81 p.
- Martin MA. 2001. The future of the world food system. *OutLook on Agriculture* 30: (1) 11-19 MAR
- Martin, M. 2001. The future of the world food system. *OutLook on Agriculture* 30(1): 11-19.
- Meinert L; Busacca. A. 2000. Geology and wine: Terroirs of the Walla Valley appellation, southeastern Washington State. *Geoscience Canada* 27 (4): 149-171.
- Mekis, F. 2001. Denominaciones de origen: posición de las viñas de Chile en el concierto del nuevo mundo y en relación con negociaciones con la Unión Europea. In: 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. Documento OMPI/GEO/MVD/01/4

- Moscoso, A. 1998. Importancia de la producción agroalimentaria de calidad en Europa y su influencia en el desarrollo rural: el papel de las denominaciones. *In Jornadas sobre Denominaciones de Origen*. Departamento de Agricultura y Medio Ambiente, Gobierno de Aragón, Zaragoza, ES. Memoria. p. 17-37.
- Neves, L; Cristovão, A. 1996. Pensar as práticas. Á importância da formação na valorização dos produtos agroalimentares tradicionais: á experiência do CEARTE. Asociación Portuguesa para el Desarrollo Local en el Medio Rural. Serie de Cuadernos Pensar As Práticas. Departamento de Economía e Sociología da UTAD (Universidades de Tras-os-Montes e Alto Douro, PT). Animar. 9 p.
- Nueva Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos No. 7978. Internet Soley, Saborio, Fallas & Asociados. Grupo Jurídico Centroamericano. Consultado 5 jun. 2002. Disponible en <http://www.lanfirms.com/>
- Nueva Ley del Vino Española. Consultado 10 mar. 2003. Disponible en: http://www.inicia.es/de/upa_clm/pagina_nueva_2.htm
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL (OMPI). *Convenio que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual*. Firmado en Estocolmo el 14 de julio de 1967 y enmendado el 28 de septiembre de 1979.
- Oyarzún, M; Tartanac, M. 2002. Estudio sobre los principales tipos de sellos de calidad en alimentos a nivel mundial: estado actual y perspectivas de los sellos de calidad de productos alimenticios de la agroindustria rural en América Latina. FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, IT), Oficina Regional para América Latina y el Caribe, Santiago, CL. 97 p.
- Protectora de crédito Comercial. La Nueva Ley de Marcas (I). Julio de 2002. Boletín Legal No. 101. Consultado 10 jun. 2003. Disponible en <http://www.protectora.com/boletines/legales/setiembre.htm>
- Protectora de crédito Comercial. La Nueva Ley de Marcas (II). Agosto de 2002. Boletín Legal No. 102. Consultado 10 jun. 2003. Disponible en <http://www.protectora.com/boletines/legales/setiembre.htm>
- Protectora de crédito Comercial. La Nueva Ley de Marcas (III). Septiembre de 2002. Boletín Legal No. 103. <http://www.protectora.com/boletines/legales/setiembre.htm>
- PROYECTO ESTADO DE LA NACIÓN. (1999). Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible (Resumen). Informe No. 6. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Defensoría de los Habitantes, Comisión Nacional de Rectores, Oficina de Planificación de la Educación Superior -POES-, Programa de Democratización y Desarrollo Humano en Centroamérica). Consultado 20 febr. 2002. Disponible en <http://www.estadonacion.or.cr/>.
- Reglamento del Consejo de la Unión Europea (CEE) 2081/92 de 14 de julio 1992.
- Reglamento del Consejo de la Unión Europea (CEE) 2082/92 de 14 de julio 1992.
- Road, G. 2001. Protection of geographical indications in Latin America (National Directorate for Industrial Property, Montevideo, Uruguay). Symposium on the international protection of geographical indications. Octubre 2001. National Directorate for Industrial Property, Ministry of Industry, Energy and Mining/WIPO (Documento WIPO/GEO/MVD/01/1). Pgs.

- Ulate, Laura, Quiros Ligia. Inventario de la legislación alimentaria nacional vigente en Costa Rica. 2001. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). Proyecto TCP/RLA/0065. Fortalecimiento de los Comites Nacionales del Codex y Aplicación de las Normas de Codex Alimentarius. (50 pgs).
- UNCTAD/CTSD Capacity Building Project on Intellectual Property Rights and Sustainable Development. Geographical Indication 2003. A Review of proposal at the TRIPS Council: Extending Article 23 to Products other than Wines and Spirits. Rangnekar, Dwijen.
- UNIÓN EUROPEA. 2001. Productos alimenticios de carácter específico: indicaciones geográficas y denominaciones de origen protegidas. “Europa”. Consultado 20 sept. 2001. Disponible en <http://europa.eu.int>
- WIPO/GEO/MVD/01/1 2001. Protection of Geographical Indications Under the TRIPS Agreement and Related Work. Document prepared by Ms. Dariel De Sousa. Legal Affairs Officer, Intellectual Property Division, WTO, Geneva.

6. ANEXOS

1. ANEXO 1. Descripción de la legislación sobre denominaciones de origen en algunos países latinoamericanos

Argentina

La ley de *Propiedad Industrial* argentina (Ley 11.723 - 235) no hace referencia a las denominaciones de origen. Por su parte, la *Ley de Marcas* argentina (1981), no contempla regulación para las denominaciones de origen pero establece que no pueden ser registradas como marcas, entre otros, las denominaciones de origen nacionales o extranjeras. No obstante, y solo para tal efecto, ofrece una definición de las denominaciones de origen, entendida como “el nombre de un país, de una región, de un lugar o área geográfica determinados que sirve para designar un producto originario de ellos, y cuyas cualidades y características se deben exclusivamente al medio geográfico. También se considera denominación de origen la que se refiere a un área geográfica determinada para los fines de ciertos productos”.

Más recientemente Argentina ha sancionado la *Ley de Denominaciones de Origen de vinos y bebidas espirituosas* (Ley 25163/99) y la *Ley de Indicaciones de Procedencia y Denominaciones de Origen de productos agrícolas y alimentarios* (Ley 25.380/00 sancionada en noviembre 30 de 2000 y promulgada de hecho en enero 9 de 2001). Esta última se resume a continuación.

Se establece que la autoridad de aplicación de la ley es la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación, dependiente del Ministerio de Economía y le atribuye *funciones* de asesoramiento, vigilancia, verificación, control, registro, defensa del sistema de Denominación de Origen y representación ante los organismos internacionales. Además actúa como cuerpo técnico-administrativo del sistema de designación de la procedencia y/u origen de los productos agrícolas y alimentarios.

El Estado nacional, a través de la Secretaría de Agricultura confiere a los usuarios el *derecho de uso* en forma exclusiva de la Indicación de Procedencia o la Denominación de origen para productos agrícolas y alimentarios y del nombre que la identifica, los cuales que se pueden exhibir en distintivos, siglas, logotipos, marbetes, etc., para efectos de comercialización, promoción y publicidad.

La propuesta de adopción de una denominación de origen debe surgir de la iniciativa individual o colectiva de los productores, constituidos en Consejos de Denominaciones de Origen que deben ser integrados por los productores, acondicionadores, procesadores, y/o comercializadores de los productos amparados en la Denominación de Origen y que desarrollen sus actividades dentro del área correspondiente.

El trámite de *solicitud de inscripción* de una denominación debe realizarse ya sea a nivel local -si existe ley provincial- y ante la Secretaría de Agricultura –para su reconocimiento nacional.

Los productores que pretendan el reconocimiento de una denominación de origen podrán constituir previamente un Consejo de Promoción, el que tendrá por objeto redactar un proyecto de reglamento interno de la denominación y la realización de *estudios e informes técnicos* sobre:

- a) Antecedentes históricos de la región y límites geográficos del área de producción.
- b) Características generales de la región, factores climáticos, relieve y naturaleza y homogeneidad de los factores de producción.
- c) Los productos para los cuales se utilizará la Denominación de Origen y los factores y/o elementos que acrediten que el producto es originario de la zona indicada.
- d) Descripción detallada del proceso de producción del producto (materia prima, métodos de producción, técnicas de acondicionamiento o procesamiento, etapa de producción).
- e) Identificación del o de los productores que se postulan para el reconocimiento de la Denominación de Origen.
- f) El nombre propuesto para la Denominación de Origen
- g) Acreditación de la personería jurídica del Consejo de Denominación de Origen, con la identificación del o de los productores que lo integran.

Como *limitaciones de uso* para el registro, la legislación establece que no pueden registrarse como Indicaciones de Procedencia o Denominaciones de Origen las que:

- a) Sean genéricas de productos agrícolas o alimentarios, entendiéndose por tales aquellas que por su uso han pasado a ser el nombre común del producto con el que lo identifica el público en general en el país de origen.

- b) Las marcas registradas vigentes.
- c) Los nombres similares a otros ya inscriptos como Denominación de Origen de productos agrícolas o alimentarios, o que hubieran iniciado trámite de inscripción con anterioridad.
- d) Los nombres cuyo uso pudiera inducir a error respecto de las cualidades o características del producto que se trate.
- e) La utilización de cualquier medio que, en la designación o presentación del producto, indique o sugiera que el producto proviene de una región geográfica distinta del verdadero lugar de origen, que pueda inducir al público a error en cuanto al origen geográfico.

El *control* y garantía de calidad de la Denominación de Origen registrada pueda ser realizado por SENASA (Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria) que es el organismo de control nacional competente, el Consejo de la Denominación o bien ser delegado a certificadoras especializadas en auditorias de calidad debidamente reconocidas y registradas.

Es posible que esta legislación entre en operación con los que se consideran los precursores argentinos de las denominaciones de origen de productos agroalimentarios y que actualmente están registrados como indicaciones geográficas (lo cual es posible al amparo de la legislación provincial), entre ellos la denominación de origen *San Rafael y Luján de Cuyo* de Mendoza y la indicación de procedencia *Carne Ovina Patagónica*, que se consideran los precursores de las denominaciones de origen argentinas.

Además se mencionan como potenciales denominaciones de origen los siguientes productos: “Frutillas de Coronda”, “Aceite de Oliva de Catamarca“, “Aceite de Oliva y Nueces de Catamarca-La Rioja”, “Aceite de Oliva de Cruz del Eje”, “Carne Ovina Patagónica –Santa Cruz- Chubut- Tierra del Fuego”, “Leche de campo de Santa Fe-Córdoba”, “Salame de la Colonia”, “Vino Torrontes de los Valles Calchaquíes”, “Alimentos Regionales Pampa del Salado”, entre otros.

Brasil

La Ley de la *Propiedad Industrial* de Brasil (Lei nº 9.279, de 14.05.96), que regula los derechos y obligaciones relativos a la propiedad industrial, contiene un título referido a las

indicaciones geográficas (Título VI), constituida por la indicación de procedencia o denominación de origen.

La indicación de procedencia se considera el nombre geográfico de un país, ciudad, región o localidad de su territorio, que se haya vuelto conocido como centro de extracción, producción o fabricación de determinado producto o de prestación de determinado servicio; y la denominación de origen como el nombre geográfico de país, ciudad, región o localidad de su territorio, que designe producto o servicio cuyas cualidades o características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico, incluidos factores naturales y humanos.

Algunas de sus consideraciones son:

- cuando el nombre geográfico se haya vuelto de uso común, designando producto o servicio, no será considerado indicación geográfica;
- el uso de la indicación geográfica está restringido a los productores y prestadores de servicios establecidos en el local y exige atender los requisitos de calidad;
- será un delito fabricar, importar exportar, vender, exponer u ofrecer a la venta un producto que presente falsa indicación geográfica; lo mismo que usar cualquier signo o leyenda en cualquier medio de divulgación o propaganda que no correspondan a la verdadera procedencia del producto.

El ente encargado de establecer las condiciones de registro de las indicaciones geográficas es el Instituto Nacional de la Propiedad Industrial (INPI).

La Lei de Direito Autoral (Nº 9.610, de fevereiro de 1998) no hace referencia dentro de los bienes intelectuales protegidos a las denominaciones de origen.

Bolivia

El Código de Comercio de Bolivia (aprobado y promulgado como Ley de la República mediante Decreto Ley No. 14379 de fecha 25 de febrero de 1977) con referencia a la propiedad industrial (Capítulo III), dispone que se reconoce como modalidades de la propiedad industrial y, por lo tanto patentables, entre otras, a "los nombres, enseñas, avisos, rótulos y estilos comerciales, así como la denominación de origen".

La solicitud y obtención de registro de signos distintivos incluyendo las denominaciones de origen se realiza ante el Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI) de Bolivia.

La Ley 1322 de Derechos de Autor (13.4.1992) no hace referencia dentro de los bienes intelectuales protegidos a las denominaciones de origen.

Bajo la Ley de 4 de mayo de 1992, la República de Bolivia reconoció al *Singani* (el nombre proviene de una villa ubicada en Potosí) como una denominación de origen, producto exclusivo de la actividad agroindustrial boliviana. El *Singani* se define como una bebida de vino obtenida de la destilación de vinos naturales hechos de uvas frescas producidas en las áreas de producción original, en las cuales se realizan la destilación y el embotellamiento. El producto se obtiene de plantas de uva de Moscatel crecidas en el valle central de Tarija al sur de Potosí cuyo clima, altitud y otras características distintivas permiten la producción de licores con un mayor contenido de alcohol (los viñedos de Bolivia son considerados como los ubicados a mayor altitud en el mundo) (**García 2001**).

Otros productos bolivianos que se mencionan como posibles denominaciones de origen son el "Palmito del Chapare", en Cochabamba²⁶, el Vino Tarija (vino de altura producido a una altitud de entre 1.700 a 2.800 metros de altura sobre el nivel del mar)²⁷.

Por otra parte, El Tratado de Libre Comercio México-Bolivia (Séptima parte: Propiedad intelectual- Capítulo XVI: Propiedad intelectual-Sección A - Disposiciones generales y principios básicos) en sus artículos 16-25 relativos a la *Protección de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen*, establece las condiciones de protección recíproca de las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas de cada país.

Chile

La Ley de Propiedad Industrial chilena (Ley 17.336) no hace ninguna referencia a la protección de las denominaciones de origen. Sin embargo, el decreto 464 (dictado por el Ministerio de Agricultura en Diciembre de 1994) y la Ley 18.455 (Diario Oficial N° 32.318 de 11 de noviembre de 1985) y su reglamento (Diario Oficial N° 32.604 de 23 de octubre

²⁶ Mencionado como uno de los logros del Proyecto AECI - (Agencia Española de Cooperación Internacional) en Bolivia en materia de Desarrollo Alternativo como parte del PROGRAMA NACIONAL DE DESARROLLO ALTERNATIVO COMO POLITICA NACIONAL. En: <http://www.comunica.gov.bo/idd/documentos/desarrollo.html>. Visitado el 23 marzo de 2003.

²⁷ En ALTÍMETRO. "Tarija tiene vino de altura". En: <http://inftec.corpoica.org.co/panelnet/documentos.htm>. Visitado el 23 marzo de 2003.

de 1986) referidas a las bebidas alcohólicas, regulan aspectos de las denominaciones de origen, aunque lo hace exclusivamente para los vinos y bebidas alcohólicas.

El decreto 464 establece las zonas vitivinícolas, normas sobre denominación de origen, instituyendo como denominaciones de origen los nombres de cada zona para los vinos producidos y envasados en ellas, además hace indicación de cepajes y año de cosecha y de otros aspectos relevantes para la comercialización y rotulación de los vinos.

Indica además que los vinos, según su categoría, podrán indicar en sus etiquetas menciones de zonificación o denominación de origen, cepaje, año de cosecha, y la expresión “Embotellado en Origen”, de acuerdo a las normas que fija el mismo decreto. Igualmente, que los vinos con denominación de origen incluirán en sus etiquetas la indicación geográfica que corresponda, precedida de la expresión “denominación de origen” o las iniciales “D.O.”.

Sobre el proceso de certificación de vinos con denominación de origen se establece que lo podrán realizar empresas certificadoras autorizadas del sector público o privado las cuales tendrán las siguientes funciones: a) Certificar todo lo relativo a denominación de origen de los vinos y lugares de envase. b) Verificar y certificar todo lo que diga relación con cepajes, año de cosecha y signos distintivos de calidad. c) Verificar y certificar todo lo relacionado con la expresión "Embotellado en Origen". d) Llevar un registro de las viñas y cooperativas vitivinícolas que suscriban convenio con la empresa certificadora autorizada.

Una Comisión Asesora al Director Nacional del Servicio Agrícola y Ganadero propondrá las medidas necesarias que tiendan a perfeccionar el sistema de denominación de origen, la cual esta constituida por un representante del Servicio Agrícola y Ganadero que la presidirá y cuatro representantes de las empresas y cooperativas vitivinícolas que se adhieran al sistema de denominación de origen.

Más recientemente el Servicio Agrícola y Ganadero (Subdepartamento de Viñas y Vinos. Departamento de Protección Agrícola) ha promulgado un Reglamento Específico para las Empresas Certificadoras de uvas y Vinos con Denominación de Origen (enero 2000).

La acreditación, autorización de las empresas certificadoras así como la fiscalización de la zonificación vitícola o denominación de origen y demás normas del reglamento le corresponde al Servicio Agrícola y Ganadero.

Por su parte, la Ley N° 18.455 fija las normas sobre la producción, elaboración, comercialización, exportación e importación de alcoholes etílicos, bebidas alcohólicas, subproductos alcohólicos y vinagres e igualmente rige para los mostos, zumos y caldos destinados a su fermentación.

La Ley designa al Servicio Agrícola y Ganadero como la instancia nacional responsable de velar por el cumplimiento de la ley. El apartado referido a las denominaciones de origen de (Título V) confiere al presidente de la República la potestad, vía decreto expedido a través del Ministerio de Agricultura, de establecer Zonas Vitícolas y denominaciones de origen de vinos y destilados en determinadas áreas del país cuyas condiciones de clima, suelo, variedad de vides, prácticas culturales y enológicas sean homogéneas.

La misma legislación establece como denominaciones de origen los siguientes productos producidos y envasados en regiones predeterminadas del país: *Pisco*²⁸ (aguardiente producido por destilación de vino genuino potable a partir de mostos del valle de Elqui), *Pajarete* (vino generoso genuino) y *Vino Asoleado* (vino generoso).

Cabe mencionar que existe una propuesta para una nueva Ley de Propiedad Industrial (año 2000), que incluye un capítulo dedicado a las indicaciones geográficas y denominaciones de origen y que incluiría una definición y aplicación mas amplia.

Otros productos agroalimentarios que se citan con potencial para constituirse en denominaciones de origen son los siguientes: *Aceituna Azapa*, *Orégano Arica*, *Limón Pica*, *Pajarete Huasco* y *Aceituna Huasco*, *Papaya* y *Chirimoya de La Serena*, *Queso Cabra*

²⁸ En cuanto al *Pisco* existe una disputa entre Chile y Perú sobre la paternidad del producto, aunque se reconoce que el origen de la bebida, o al menos del nombre, se encuentra en el puerto peruano de *Pisco*.

La negociación de la entrada de Chile como socio de la U.E., consolidada en el año 2002, se acordó una gran cantidad de puntos sobre el uso de las denominaciones de origen para ciertos alcoholes, en el caso del *Pisco* chileno, la U.E. reconoció los derechos de uso del rótulo "*pisco*" en Chile y sin considerar en ningún momento la exclusividad de uso de esta marca por sobre los derechos que pudiese tener Perú.

Sin embargo, el *Pisco* también se encuentra reconocido en Perú como denominación de origen. La Comunidad Andina, por su parte, tiene reconocido el *Pisco* como denominación de origen peruana.

Además el *Pisco* peruano ha recibido reconocimiento internacional como denominación de origen en los siguientes países: Bolivia (1998), Ecuador (1998), Colombia (1999), Venezuela (1998), Panamá (1999), Guatemala (1999), Costa Rica (1999)

Norte Chico, Chardonay Casablanca, Vino Italia Coelemu, Merquén Mapuche y Pehuén Pehuenche, Miel de Ulmo, Ajo Blandino y Chicha Manzana, Cordero Magallanes. Sin embargo, sólo cinco de ellos tienen estudios específicos de caracterización de sus propiedades químicas, físicas y organolépticas (Aceituna de Azapa, Limón de Pica, Chardonnay de Casablanca, Uva Italia de Coelemu y Cordero de Magallanes) (**Echenique, J. 2002**).

Fuera de los vínculos jurídicos internacionales de carácter multilateral a los que se ha obligado Chile, hay dos tratados bilaterales de Libre Comercio que consideran la materia de las denominaciones geográficas, el acuerdo con México (Chile se obligó a reconocer “tequila” y “mezcal”); y con Canadá, (“whisky canadiense”). A cambio, México y Canadá reconocen las indicaciones geográficas chilenas registradas.

Costa Rica

La *Ley de Marcas y otros signos distintivos* (Ley 7978 del 6 de enero de 2000, reformada por Ley 8020 del 6 de septiembre del 2000, publicada en Diario Oficial La Gaceta No. 22 del 1 de febrero del 2000), introduce por primera vez en Costa Rica el concepto y regulación de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas (título VIII).

En general, la ley dispone que el Registro de la Propiedad Industrial será la administración nacional competente adscrita al Registro Nacional (Ministerio de Justicia y Gracia) para la concesión y el registro de los derechos de propiedad industrial, incluidas las denominaciones de origen e indicaciones geográficas.

La ley establece que no podrá ser registrado como marca un signo que consista, entre otros, en una indicación geográfica, así como tampoco ningún otro signo cuando ello afecte algún derecho de terceros, entre otros casos, si el uso del signo es susceptible de confundirse con el de una denominación de origen protegida.

Se define indicación geográfica como el “nombre geográfico de un país, una región o localidad, que se utilice en la presentación de un bien para indicar su lugar de origen, procedencia, elaboración, recolección o extracción”, definición que se acerca más a la concepción de indicación de procedencia.

En cuanto a su empleo, la ley establece que no podrá usarse en el comercio cuando tal indicación sea falsa, sugiera al público una idea falsa o engañosa del origen de los

productos o servicios o pueda inducir al público a confusión o error acerca del origen, la procedencia, las características o cualidades de los mismos.

Respecto a su uso en publicidad, se dispone que no podrá usarse en la publicidad comercial una indicación que pueda causar error o confusión sobre la procedencia geográfica de los productos, por no ser originarios del lugar designado por la indicación geográfica, o bien, aunque se indique el origen verdadero del producto o servicio pero igualmente genere confusión en el público. Además se prohíbe en el registro de marcas el uso de expresiones tales como: “clase”, “tipo”, “estilo”, “imitación” u otras análogas.

Las denominación de origen es definida como “denominación geográfica, designación, expresión, imagen o signo de un país, una región o localidad, útil para designar un bien como originario del territorio de un país, una región o localidad de ese territorio, y cuya calidad o características se deban exclusivamente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y humanos”.

Con relación al registro oficial de las denominaciones de origen, se establece:

- El registro será mantenido en el Registro de la Propiedad Industrial.
- La solicitud puede ser hecha por uno o varios de los productores, fabricantes o artesanos que tengan su establecimiento de producción o de fabricación en la región o en la localidad a la cual corresponde la denominación de origen, o a solicitud de alguna autoridad pública competente.
- Para indicaciones geográficas homónimas, la protección se concederá a cada una y estableciendo en su reglamento las condiciones que las diferencien entre sí, procurando un trato equitativo para los productos interesados y que los consumidores no sean inducidos a error.

Se establecen como prohibiciones de registro aquel signo que:

- No se ajuste a la definición de denominación de origen.
- Sea contrario a las buenas costumbres o el orden público o pueda inducir al público a error sobre la procedencia geográfica, la naturaleza, el modo de fabricación, las características o cualidades o la aptitud para el empleo o el consumo de los respectivos productos.
- Sea la denominación común o genérica de algún producto.

La solicitud de registro de una denominación de origen indicará lo siguiente:

- a) El nombre, la dirección y nacionalidad de los solicitantes y el lugar donde se encuentran sus establecimientos de producción o fabricación.
- b) La denominación de origen cuyo registro se solicita.
- c) La zona geográfica de producción a la que se refiere la denominación de origen.
- d) Los productos o servicios para los cuales se usa la denominación de origen.
- e) Una reseña de las cualidades o características esenciales de los productos o servicios para los que se usa la denominación de origen.

Los procedimientos de examen y registro se regirán, en cuanto corresponda, por las disposiciones sobre el registro de las marcas.

La resolución por la cual se concede el registro de una denominación de origen y la inscripción correspondiente, indicarán la zona geográfica delimitada de producción, el producto o servicio y las cualidades o características esenciales de éste, excepto cuando estas no sean posibles de precisar. El registro de una denominación de origen será publicado en el diario oficial y tendrá duración indefinida.

En cuanto al derecho de empleo de la denominación, solo los productores, fabricantes o artesanos que desempeñan su actividad dentro de la zona geográfica delimitada, podrán usar comercialmente la denominación de origen registrada para los productos o servicios indicados en el registro y solo aquellos que estén autorizados para su uso comercial podrán usar la expresión “DENOMINACION DE ORIGEN”.

Las acciones relativas al derecho de usar una denominación de origen registrada, se ejercerán ante los tribunales. A tal efecto, la Ley de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual No. 8039 de 12 de Octubre de 2000 establece lo relativo a la aplicación de sanciones relacionadas con el mal uso de estos signos.

Costa Rica no tiene actualmente productos registrados como denominación de origen, sin embargo, estudios preliminares han identificado características potenciales en grupo relativamente grande de productos, entre ellos: café, palmito de pejibaye, queso Turrialba, queso Palmito, pejibaye, tapa (o panela) de dulce, Guaro Cacique y toronja rellena²⁹.

²⁹ Actualmente en Costa Rica se ejecuta el Proyecto “Planificación del sistema de denominaciones de origen de los productos agroalimentarios” (MAG/CNP/PRODAR-IICA), cuyos primeros resultados han sido la redacción de una propuesta de reglamento nacional para estos productos y el inicio del proceso de caracterización del queso Turrialba y la redacción del pliego de condiciones del producto.

Cuba

El 14 de mayo de 1983 se dictó el Decreto-Ley número 68, denominado "De invenciones, Descubrimientos Científicos, Modelos industriales, Marcas y Denominaciones de Origen", el cual fue complementado por la Resolución número 999. del 13 de junio de 1983.

La entidad responsable es la Oficina Cubana de la Propiedad Intelectual, dentro de la que el Departamento de Marcas y otros Signos Distintivos tiene como función la concesión de derechos de propiedad industrial sobre los signos distintivos y las indicaciones geográficas.

La protección de los derechos sobre las modalidades que reconoce dicha ley se adquiere mediante su registro en la Oficina Nacional de Invenciones, posteriormente a ser presentada a esta Oficina la solicitud respectiva y realizados los exámenes correspondientes.

La Ley prohibido el registro como marca, entre otros, “los nombres geográficos regionales, siempre que estén consignados como tales en textos de geografía o diccionarios y puedan constituir denominaciones de origen falsas o engañosas o estén registrados en la República de Cuba como denominaciones de origen o indicaciones de procedencia”.

El Título VIII de la Ley referido especialmente a las Denominaciones de Origen e Indicaciones de Procedencia, define como denominación de origen “el nombre geográfico de un país, de una región o de un lugar determinado, que sirve para designar un producto o servicio característico de ellos, y cuyas cualidades se deban exclusiva y esencialmente al medio geográfico, incluidos en él los factores naturales, humanos o ambos”.

Se considera también como denominación de origen aquella no contemplada como nombre geográfico en diccionarios, pero con la cual se conoce una región o localidad y que posee los atributos descritos en la definición anterior.

Se establece que las DO e IP pertenecen al patrimonio nacional y que los solicitantes sólo adquieren el derecho de uso.

La Ley faculta para solicitar el registro de una DO, siempre que estén vinculados geográficamente a aquella, los siguientes:

- Organismos de la administración Central del Estado
- Las empresas
- Los órganos Provinciales y Municipales del Poder Popular

- Los agricultores pequeños
- Las Cooperativas Agropecuarias

No podrán ser protegidas como DO:

- Los nombres geográficos de áreas cuyos productos o servicios no deben sus características exclusiva o esencialmente a factores naturales o humanos.
- Los diseños compuestos por símbolos u otros emblemas de los estados, organizaciones u otras, iguales o parecidos, sin o se tiene el consentimiento correspondiente. Tampoco los nombres o imágenes de personalidades oficiales, héroes nacionales u otros.
- Las que sean genéricas de productos, entendiéndose las que así sean consideradas por las personas expertas o el público.

La Ley permita solicitar la modificación de registro de una DO, cuando el área geográfica, la lista de productos o ambos, deba limitarse o ampliarse o cuando la indicación de las cualidades o características esenciales de los productos, no está justificada bien por insuficiencias o por exceso. Así mismo, la solicitud de cancelación o modificación de registro de una DO, solo puede presentarse por uno de los usuarios, previo acuerdo entre ellos.

La Ley establece como ilegal el uso de una denominación cuando esta se presente en otro idioma o se acompañe con expresiones como “género”, “tipo”, “marca” o similares o por una persona no autorizada.

En cuanto al uso ilícito de una DO, se faculta para que toda persona natural o jurídica ejerza de acuerdo a la legislación vigente, las acciones para detener el uso ilícito, solicitando a la autoridad competente:

- La prohibición del uso.
- La destrucción de las etiquetas u otros documentos que sirvan o pueden servir para tal uso.
- El embargo de todos los productos.

Finalmente, debe destacarse el contenido del artículo 174 de esta ley por cuanto presenta dos elementos normalmente ausentes en las legislaciones latinoamericanas: control y calidad. Literalmente dice: “El Comité Estatal de Normalización, realizará las inspecciones

sobre la calidad de los productos de producción nacional de su competencia que circulan en el país bajo una denominación de origen registrada y puede prohibir el uso de una denominación si los productos no cumplen con los requisitos de calidad establecidos”.

En 1999 se aprobó (24 de diciembre) el [Decreto Ley número 203](#), De Marcas y Otros Signos Distintivos, el cual deroga lo relativo a marcas y otros signos distintivos en el Decreto Ley número 68, regulando las relaciones jurídicas recíprocas que se establecen en la esfera de la solicitud, tramitación, gestión administrativa, concesión, administración y observancia de los derechos de propiedad industrial sobre las marcas y otros signos distintivos.

Por otro lado, actualmente se encuentran registradas 20 denominaciones de origen en la Oficina Cubana de Propiedad Intelectual, protegidas además internacionalmente mediante el Acuerdo de Lisboa. De estas, 18 corresponden a Habanos producidos en distintas regiones del país; las otras dos constituyen un agua medicinal y un agua mineral para beber.

Dentro de las regiones productoras de tabaco protegidas como denominación de origen se encuentran: San Luis, Cuchillas de Barbacoa, El Corojo, Cabañas, Vuelta Abajo, Las Martinas, San Vicente, San Juan y Martínez, Hoyo de Monterrey, Partido, Tumbadero, Hoyo de Manicaragua, Remedios y Vuelta Arriba. Algunas de estas zonas serán objeto de modificación en cuanto al área protegida actualmente.

Se mencionan para Cuba las siguientes denominaciones de origen (*Oficina Cubana de Propiedad Intelectual*): Tabacos: Cuba, Tumbadero, Habanos, Remedios, Habana, Hoyo Manicaragua, Habaneros, Vuelta Arriba, Partido, Vuelta Abajo, Cabañas, Cuchillas de Baracoa, San Luis, San Juan y Martínez, El Corojo, Hoyo de Monterrey, San Vicente y Las Martinas. Peloides: Elguea. Agua Mineral: Los Portales.

Ecuador

La *Ley de Propiedad Intelectual* de Ecuador (1998) no ofrece una definición de denominaciones de origen, pero sí lo hace para las Indicaciones Geográficas ([Capítulo IX](#) Indicaciones Geográficas), la que es definida como aquella que identifique un producto como originario del territorio de un país, de una región o localidad de ese territorio,

cuando determinada calidad, reputación u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico, incluidos los factores naturales y humanos.

La legislación admite el registro de indicaciones geográficas para productos naturales, agrícolas, artesanales o industriales, y su uso queda reservado exclusivamente para los productores, fabricantes y artesanos que tengan sus establecimientos de producción o de fabricación en la localidad o región designada por la indicación o denominación.

La solicitud de declaración de uso, protección y registro de una indicación geográfica lo hará la Dirección Nacional de Propiedad Industrial, la que igualmente está facultada para declarar la protección de indicaciones geográficas de otros países, cuando la solicitud la formulen sus productores, extractores, fabricantes o artesanos que tengan legítimo interés, o las autoridades públicas de los mismos, y que se encuentren declaradas como tales en sus países de origen.

Dicha legislación establece que la vigencia de la declaración que confiera derechos exclusivos de utilización de una indicación geográfica, estará determinada por la subsistencia de las condiciones que la motivaron.

Además hace referencia a las exclusiones de uso y las condiciones de cancelación de uso. El Reglamento de la ley describe el procedimiento de solicitud de declaración de protección.

El Salvador

El 17 de julio de 2002 entró en vigencia en El Salvador la "Ley de marcas y otros signos distintivos" (Decreto Legislativo No. 868- Publicado en el Diario Oficial No. 190, Tomo 325, de 14 de octubre de 1994.), mediante aprobación de proyecto de ley presentado por el Ministerio de Economía de ese país. Dicha legislación contempla la normativa sobre las denominaciones de origen (*Título VI. Indicaciones Geográficas. Capítulo I. Indicaciones Geográficas en general y II. Denominaciones de Origen*).

Dentro de los objetos de la regulación de la ley se encuentran las indicaciones geográficas y las denominaciones de origen. La indicación geográfica es definida como *todo nombre geográfico, designación, imagen o signo que designa o evoca un país, un grupo de países, una región, una localidad o un lugar determinado*. La denominación de origen se define como una *indicación geográfica constituida por la denominación de un país, de una región o de un lugar determinado, usada*

para designar un producto originario de ellos, cuyas cualidades o características se deben exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce, incluidos los factores naturales y los factores humanos.

El Estado de El Salvador será el titular de las denominaciones de origen nacionales, las cuales serán inscritas en el Registro.

El procedimiento de registro de una denominación de origen se hace a través del Registro (Departamento de Registro de la Propiedad Intelectual del Registro de Comercio) y dispone la publicación de la solicitud por una sola vez en el Diario Oficial. El Registro de una denominación de origen tendrá duración indefinida mientras subsistan las condiciones que la motivaron, no obstante, la autorización para usar una denominación de origen tendrá un plazo de vigencia de diez años y podrá renovarse por períodos iguales, sin embargo, no se extiende título alguno.

La solicitud de registro debe incluir entre otros aspectos, la indicación del lugar donde se encuentran sus establecimientos de producción o de fabricación, la zona geográfica de producción, Una reseña de las cualidades o características esenciales de los productos.

En cuanto al uso y administración de una denominación de origen, la ley establece que los solicitantes deberán presentar al Registro, posterior a la resolución de concesión, la normativa correspondiente al uso y administración de la denominación de origen de que se trate. Así mismo, se asigna al Ministerio de Agricultura y Ganadería y el Ministerio de Educación como miembros del órgano de administración de cada denominación. Como condiciones de uso se incluyen:

- a) Que el solicitante se dedique directamente a la producción, fabricación o actividad artesanal de los productos protegidos por la denominación de origen;
- b) Que el solicitante realice tal actividad dentro del territorio que abarque la denominación; y,
- c) Que el solicitante acredite que ha ejercido la actividad en la región o localidad que abarque la denominación de origen, como mínimo durante los dos años anteriores a su solicitud.

El examen y aprobación de una solicitud se regirá por las disposiciones sobre el registro de las marcas, recayendo dicha función en el Registro. Las acciones relativas al derecho de

usar una denominación de origen registrada se ejercerán ante los tribunales competentes, igualmente la declaración de nulidad del registro será declarada por la autoridad judicial competente.

Por otro lado, en cuanto a productos registrados como denominaciones de origen, se menciona el “Bálsamo de El Salvador” como el único producto legalmente reconocido y protegido en este país. El bálsamo es una sustancia compuesta, principalmente, por un aceite llamado *cinameina* y que se extrae del árbol de bálsamo, que según algunas hipótesis es originario de El Salvador.

El producto se utiliza especialmente en medicina, como desinfectante de las vías respiratorias, expectorante y modificador de las secreciones bronquiales, y en el tratamiento de la tuberculosis pulmonar. Tiene gran aplicación en la elaboración de perfumes, jabones, barnices, en la fabricación de cigarrillos mentolados y otros usos en la industria química.

Guatemala

La Ley de Propiedad Industrial de Guatemala (2000) ofrece una definición de denominación de origen, que además de los factores geográficos incluye también los naturales, humanos o culturales. Sin embargo, la indicación geográfica tiene una concepción distinta a la europea al considerarla solamente como el nombre geográfico, expresión, imagen o signo que designa o evoca un país, un grupo de países, una región, una localidad o un lugar determinado.

Algunas de sus disposiciones son:

- el Estado de Guatemala será el titular de las denominaciones de origen nacionales y velará porque las mismas sean usadas únicamente por las personas o entidades autorizadas;
- solamente los productores, fabricantes o artesanos que desempeñen su actividad en el lugar designado por una denominación de origen podrán usar comercialmente la misma en sus productos;
- una denominación de origen podrá también ser solicitada por el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación o el Ministerio de Cultura y Deportes;

- la inscripción de una denominación de origen tendrá vigencia indefinida y estará determinada por la subsistencia de las condiciones que la motivaron. La autorización para usar una denominación de origen tendrá un plazo de vigencia de diez años, contado a partir de la fecha en que se otorgue y podrá renovarse por períodos iguales.

Además, establece el contenido de la solicitud y el procedimiento de registro de una denominación de origen.

Honduras

Le Ley de la Propiedad Industrial de Honduras (1999) define tanto denominación de origen como indicación geográfica; la primera de ellas similar a la definición europea. La indicación geográfica alude solo a la procedencia de un producto o servicio sin considerar los relaciones con los factores naturales y humanos (muy similar a la definición que da la ley guatemalteca).

Se dispone que el Registro de la Propiedad Industrial mantendrá un registro de denominaciones de origen. Además, se establecen, con respecto a las condiciones de registro, entre otros: los solicitantes, las condiciones para el registro de denominaciones extranjeras y denominaciones genéricas, los contenidos de la solicitud de registro y sus condiciones de aceptación, la vigencia del registro, las acciones relativas al derecho de utilizar una denominación de origen registrada y las razones de cancelación del registro.

México

La Ley de la Propiedad Industrial mexicana (1994) incluye dentro de los objetos de la protección en materia de propiedad industrial a las denominaciones de origen, tema al que le dedica el Título Quinto.

La definición de denominación de origen, basada en el Acuerdo de Lisboa, se entiende como el nombre de una región geográfica del país que sirva para designar un producto originario de la misma, y cuya calidad o característica se deban exclusivamente al medio geográfico, comprendiendo en éste los factores naturales y los humanos. La Ley no define la indicación de procedencia.

Por su parte, la Ley Federal sobre Metrología y Normalización establece que las normas oficiales mexicanas se constituyen como el instrumento idóneo para apoyar las denominaciones de origen.

La ley (de Propiedad Industrial) establece que el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, es el organismo encargado de emitir las declaraciones de concesión de protección de las denominaciones de origen, al igual, que, tramitará el registro de las denominaciones de origen para obtener su reconocimiento en el extranjero conforme a los Tratados Internacionales, lo que hará por conducto de la dependencia de Relaciones Exteriores. El Estado Mexicano será el titular de las denominaciones de origen.

El ámbito de la ley, además, se refiere a: los solicitantes, situaciones en que proceden las sanciones por uso ilegal de las denominaciones de origen, documentos y contenidos de la solicitud de registro, tarifas de inscripción, procedimientos y declaratoria de registro, razones de anulación, vigencia de la autorización de registro, derechos de uso, y otros.

La declaración de protección de una denominación de origen, se hará de oficio o a petición de quien demuestre tener interés jurídico, entre ellos, las personas físicas, las cámaras o asociaciones de fabricantes o productores, y las dependencias o entidades del gobierno.

La solicitud de declaración deberá incluir, entre otros, la descripción detallada del producto o los productos terminados que abarcará la denominación, incluyendo sus características, componentes, forma de extracción y procesos de producción o elaboración (cuando sea determinante para establecer la relación entre la denominación y el producto, se señalarán las normas oficiales establecidas por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial a que deberán sujetarse el producto, su forma de extracción, sus procesos de elaboración o producción y sus modos de empaque, embalaje o envase); el lugar de extracción, producción o elaboración del producto y la delimitación del territorio de origen, atendiendo a los caracteres geográficos y a las divisiones políticas; y el señalamiento detallado de los vínculos entre denominación, producto y territorio.

Luego de la resolución que otorga la protección de la denominación de origen, el Instituto hará la declaratoria y procederá a su publicación en el Diario Oficial. La vigencia de la declaración de protección de una denominación de origen estará determinada por la

subsistencia de las condiciones que la motivaron y sólo dejará de surtir efectos por otra declaración del Instituto. La autorización de uso de una denominación de origen es por diez años renovables por períodos iguales.

Por otro lado, como parte de las acciones en materia de normalización, certificación y verificación realizadas entre 1995 y 1997, dentro del *Programa Nacional de Normalización* instrumentado la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), se emitieron normas (NOM: Normas Oficiales Mexicanas) para denominaciones de origen, como tequila, mezcal y leche.

México es uno de los países de ALC que más denominaciones de origen tiene registradas, las primeras y más importantes de ellas son el “Tequila³⁰” (protegida a nivel nacional desde 1967 y desde 1978 a nivel internacional) y el “Mezcal”. Además, se tienen el “Olinalá”, el “Talavera” y para el año 2000 se incorporaron el “Bacanora”, un aguardiente de Sonora, el “Café de Veracruz” y el “Ámbar de Chiapas”. Actualmente se tramita el registro de las bebidas: “Charanda”, “Soto” y “Raicilla” y el queso “Cotija”.

El “Tequila” y el “Mezcal”, están reconocidos y protegidos en los tratados internacionales de comercio tanto en América Latina como con la UE, donde se ha firmado un acuerdo (1997) para el reconocimiento de estos productos por los países miembros de la UE, que implica también el reconocimiento por parte de México de las denominaciones de origen de alrededor de 180 bebidas espirituosas europeas, entre las que se encuentran el whisky irlandés, el whisky escocés, la grappa, algunos brandys como el cognac, así como algunos vodkas (Mena, 2000).

Cabe destacar que en julio de 1997, también se firmó un acuerdo para la eliminación de aranceles entre la Unión Europea y México para las bebidas espirituosas, bajo el cual los aranceles para el tequila y mezcal para 1999 se reducen al 6 y 11%, respectivamente, y quedan libre de aranceles para el año 2000 (Mena, 2000).

Nicaragua

La Ley de marcas y otros signos distintivos de Nicaragua (Ley No. 380 de enero de 1998) define como denominación de origen como la “Indicación geográfica que identifica a un

³⁰ El tequila está autorizado para producirse en los municipios certificados de Tamaulipas, Nayarit, Michoacán, Guanajuato y

producto originario de un país, una región, una localidad o un lugar determinado cuya calidad, reputación u otra característica sea atribuible esencialmente a su origen geográfico, incluidos los factores humanos y naturales, también se considerará como denominación de origen la constituida por la denominación de un producto que, sin ser un nombre geográfico, denota una procedencia geográfica cuando se aplica a ese producto, cuya calidad, reputación u otra característica es atribuible esencialmente a su origen geográfico”.

Una denominación de origen se puede registrar a solicitud de cualquier entidad formalmente constituida que represente a dos o más productores, fabricantes o artesanos cuyos establecimientos de producción, elaboración o fabricación se encuentren en la región o en la localidad a la cual corresponde la denominación de origen; o bien a solicitud de una autoridad nacional competente.

Como prohibiciones se establece que, no podrá registrarse como denominación de origen un signo que sea contraria a la moral o al orden público, o que pudiera inducir al público en error sobre la procedencia geográfica, la naturaleza, el modo de producción, elaboración o fabricación, las características o cualidades, o la aptitud para el empleo o el consumo de los respectivos productos; o, que sea la denominación común o genérica de algún producto.

La solicitud de registro de una denominación de origen debe indicar los datos del solicitante, el lugar donde se encuentran sus establecimientos de producción, elaboración o fabricación; la zona geográfica de producción, elaboración o fabricación del producto; y, una reseña de las cualidades o características esenciales de los productos designados por la denominación de origen.

La el procedimiento de registro y concesión del mismo serán hechas ante... El registro de una denominación de origen tendrá duración indefinida.

La ley establece también que solamente los productores, fabricantes o artesanos que desempeñan su actividad dentro de la zona geográfica delimitada indicada en el registro podrán usar comercialmente la denominación de origen registrada para los productos respectivos.

La anulación de registro será declarada por un juez a solicitud de cualquier persona interesada o autoridad competente cuando se demuestre que ella está comprendida en alguna de las prohibiciones establecidas.

En cuanto a las sanciones, se estipula que usar en el comercio en relación con un producto una denominación de origen falsa o engañosa, aun cuando se indique el verdadero origen del producto, se emplee una traducción de la denominación o se la use acompañada de expresiones como "tipo", "género", "manera", "imitación" u otras análogas, se aplicará una sanción con pena de prisión de dos a seis años, o con multa no superior a veinticinco mil pesos centroamericanos.

Por otro lado, no se mencionan productos nicaragüenses registrados como denominación de origen.

Panamá

La Ley 35 del 10 de mayo de 1996 de las Disposiciones sobre Propiedad Industrial (reglamentada mediante el Decreto Ejecutivo No. 7 del 17 de febrero de 1998) dicta las normas que regulan el trámite sobre el registro de marcas de productos, servicios, colectivas y de garantía, las indicaciones de procedencia, las denominaciones de origen, los nombres comerciales, las señales de propaganda; así como sobre las patentes de invención, modelos de utilidad y dibujos y modelos industriales.

La Ley define la denominación de origen y la indicación de procedencia en forma similar a los conceptos más frecuentes encontradas en otras legislaciones latinoamericanas.

En cuanto a las indicaciones de procedencia, la ley otorga el derecho de uso del nombre geográfico de procedencia de un producto o servicio a todo industrial, comerciante o prestador de servicios en ese lugar determinado.

La ley, de ámbito limitado, establece básicamente a lo siguiente:

- las prohibiciones de uso;
- el ente responsable de la declaratoria de protección, que será la Dirección General del Registro de la Propiedad Industrial del Ministerio de Comercio e Industrias (DIGERPI), motivada por un tercero o de oficio;
- la titularidad de las denominaciones de origen, que será el Estado Panameño.

Paraguay

La Ley de Marcas de Paraguay (1998) define solamente la indicación geográfica, entendida como el signo que identifique un producto como originario de un país, región, localidad u otro lugar, cuando determinada característica del producto o su reputación fuese atribuible fundamentalmente a ese origen geográfico.

Sus alcances son limitados y se refieren a: los solicitantes o usuarios, su uso publicitario y actos de competencia desleal.

Perú

La ley de Propiedad Industrial del Perú (Decreto Legislativo 823 del 23 de abril de 1996), incluye a la protección de las denominaciones como uno de los elementos constitutivos de la propiedad industrial.

La Ley establece que la Oficina de Signos Distintivos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), es la instancia competente para conocer y resolver en primera instancia todo lo relativo a marcas, nombres y lemas comerciales y denominaciones de origen, incluyendo los procesos contenciosos en la vía administrativa sobre la materia.

La Ley define como denominación de origen a aquella que utilice el nombre de una región o un lugar geográfico del país que sirva para designar un producto originario del mismo y cuya calidad o características se deben exclusiva o esencialmente a los factores naturales y humanos del lugar. No contempla una definición para las indicaciones de procedencia.

La titularidad de las denominaciones de origen será del Estado peruano, quien además concederá las autorizaciones de uso e igualmente, el Estado, mediante la celebración de convenios bilaterales o multilaterales, fomentará el reconocimiento en el extranjero de las denominaciones de origen peruanas, otorgando, en reciprocidad, protección a las denominaciones de origen extranjeras, a través de la inscripción en una sección especial del Registro de Denominaciones de Origen.

Establece además disposiciones sobre: protección de las denominaciones de origen, requisitos para la declaración de la protección, los solicitantes o interesados, contenido y procedimiento de la declaración de protección, autorización y derechos de uso, situaciones de infracción por uso indebido, condiciones de nulidad y otros.

Sobre declaración de protección de una denominación de origen se establece que se hará de oficio o a petición de quienes demuestren tener legítimo interés (las personas físicas o bien las autoridades estatales, departamentales, provinciales o municipales cuando se trate de denominaciones de origen de sus respectivas circunscripciones).

La solicitud de declaración de protección de una denominación de origen debe indicar, entre otros, el área geográfica de producción, extracción o elaboración del producto, la delimitación geográfica y las divisiones políticas y la descripción detallada del producto y sus características.

La vigencia de la declaración estará determinada por la subsistencia de las condiciones que la motivaron. La autorización para el uso tendrá una duración de diez renovable por períodos iguales,

En cuanto a los productos peruanos registrados, solamente el Pisco se encuentra declarado por el Estado peruano como denominación de origen (Resolución Directorial No. 072087 de diciembre de 1990), referido a productos derivados de la destilación de licores de la fermentación exclusiva de uvas maduras, procesado en las áreas costeras del Departamento de Lima, Ica Arequipa, Moquegua y los valles de Locumba, Sama y Caplina en el Departamento de Tacna (**García 2001**).

El Pisco es producido por cerca de 6,000.00 productores, que cultivan 3,806 hectáreas sembradas de pallar seco (1997), por lo que su protección es de gran impacto socioeconómico principalmente para población campesina del departamento de Ica, que concentra el 88% del total nacional de producción de pallares (**Arana, 1998**).

El mismo autor menciona como causas por las que no se ha reconocido un mayor número de denominaciones de origen en Perú las siguientes: el desconocimiento por los productores de los beneficios de la protección de las denominaciones de origen, la falta de investigación sobre el tema, el costo para cumplimiento de las formalidades que exige la ley, los trámites, la falta de participación de universidades, municipalidades y otras instituciones. Una causa fundamental es que, de acuerdo a la legislación peruana, el Estado es el titular de las denominaciones de origen y no los empresarios.

Otros productos considerados con potencial de denominación de origen son: cerámica de Nazca, ginda de Huaura, cerámica de Chulucanas, queso de Ámbar, queso de Cajamarca,

salchicha de Huacho, aceituna de Villacurí, tamales de Supe, tejas de Ica, filigrana de Catacaos, la piedra de Huamanga, los retablos de Ayacucho, cerámica de Quinua, cerámica de Pucará y espárragos del Perú.

Uruguay

El Decreto N° 34.999 que reglamenta la Ley 17.011 de normas relativas a marcas, regula en su capítulo VII lo relativo al registro de las denominaciones de origen.

La ley establece que la solicitud del registro de denominaciones de origen, que fue creado por el artículo 76° de la Ley N° 17.011, se realizará ante la Dirección Nacional de Propiedad Industrial quien otorga la concesión. Puede ser hecha por uno o varios de los productores, fabricantes, artesanos o prestadores de servicios que tengan su establecimiento en la región o localidad, a la cual corresponde el uso de la denominación de origen; o a solicitud de alguna autoridad pública competente, con legítimo interés y establecida en el respectivo territorio. Para el registro se deberá completar el formulario de solicitud correspondiente.

El registro de una denominación de origen se otorgará sin plazo definido.

Para el registro de un vino nacional, las pruebas deben ser provistas por el Instituto Nacional del Vino. Similarmente, para productores extranjeros, manufactureros o proveedores de servicios e igualmente autoridades públicas competentes de países extranjeros pueden registrar las denominaciones de origen de acuerdo con los tratados internacionales firmados por Uruguay concediéndose el reconocimiento en el país de origen donde la aplicación se ha realizado.

Luego de realizada la publicación de una solicitud de registro, pueden ser presentadas objeciones por parte de aquellos con legítimo interés y serán resueltas por la Oficina de Propiedad Industrial.

Para los vinos, el Instituto Nacional de Viticultura (INAVI) es el cuerpo especializado en asuntos relacionados con el vino y las variedades, al nivel interno, el cumplimiento de los requerimientos técnicos y legales para la concesión de protección de productos como indicación geográfica.

Venezuela

En Venezuela, la Ley de la Propiedad Industrial (1955) no hace referencia a las denominaciones de origen, por lo que esta área se encuentra regida por las disposiciones contenidas en las Decisiones de la Comunidad Andina³¹.

Sin embargo, actualmente el Servicio Autónomo de Propiedad Intelectual (SAPI) trabaja en la confección de una ley nacional que complemente la Decisión 486 y que permita una protección más adecuada de las propiedades de los productos tradicionales. La modificación a la ley, podría, entre otras adaptaciones, incluir la creación de consejos reguladores para las denominaciones de origen.

La declaratoria de un producto con denominación de origen lo hace el Estado venezolano a través del SAPI y su posterior publicación en el Boletín de Propiedad Industrial.

Venezuela ha declarado como denominaciones de origen dos de sus productos tradicionales, el *Cacao de Chuao* (Resolución No. 2006 de 14 de noviembre de 2000) y el *Cocuy Pecayero* (Resolución No. 0287 de 22 mayo de 2001), una bebida obtenida de Agave de Cocuy.

Chuao es una de las primeras villas fundadas en Venezuela desde mediados del siglo XVI, un pueblo de características naturales y culturales muy particulares y diversas y en la que algunos consideran que se produce “el mejor cacao del mundo”, producto que actualmente es comercializado principalmente en Europa a precios especiales. Este producto además, ha sido reconocido como denominación de origen por tres de los países miembros de la Comunidad Andina (**García, 2001**).

Actualmente, el SAPI está gestionando ante Francia el reconocimiento de esta denominación de origen, como una defensa ante el interés de empresas de chocolate japonesas por solicitar la marca de Chuao. El SAPI además está trabajando para declarar como denominaciones de origen los siguientes productos: cocuy de Pecaya, en Falcón; los duraznos de la Colonia Tovar, las carnes de Santa Bárbara en Zulia y el café venezolano³².

³¹ La Decisión 486 (2000) de la Comunidad Andina adopta un sistema donde la categoría de indicación geográfica es dividida en dos conceptos legales, como elementos de la propiedad industrial: indicaciones de procedencia y denominaciones de origen, este último inspirado en la definición del Acuerdo de Lisboa. La protección, para ambos conceptos no se limitan a productos conectados con la agricultura o el consumo humano.

Se establece un sistema donde la aplicación para la declaración de protección de una denominación de origen se realiza a la oficina competente nacional la que otorga la autorización de uso. Similarmente las oficinas nacionales competentes pueden reconocer denominaciones de origen protegidas en otros estados miembros cuando la solicitud es presentada por quienes tienen legítimo interés y la protección ha sido declarada en el país de origen.

³² “Propiedad intelectual. Denominaciones a la carta”. En: <http://www.producto.com.ve/productor/denominaciones.html>. Visitado el 25 de octubre de 2002.

Se citan también los siguientes productos con potencial: Tabaco de Barinas, Cacao Barlovento Superior, Chocolate Barlovento, Vinos de Viña Altagracia, Ron Santa Teresa, Ronés: Valles de Tuy, Carúpano, Quesos: Guayanés, Palmizulia, Café Táchira, Trujillo, Bananas y Piñas de Trujillo, Ganado de Carora, Palma amazónica, Artesanía de los Merida, Tintoreto, Quibor, Panelas de San Joaquín³³.

Por otro lado, el Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos, la República de Colombia y la República de Venezuela (CAPITULO XVIII: Propiedad intelectual - Sección C - Propiedad industrial) en sus artículos *Artículo 18-16: Protección de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas* establece las condiciones para la protección recíproca de productos con denominación de origen.

³³ “Las Negociaciones sobre Indicaciones Geográficas en la OMC y sus efectos sobre las Negociaciones Agrícolas. Seminario Andino sobre Agricultura”. UNCTAD. Ginebra, 23 de marzo de 2000 (Presentación).

2. ANEXO 2. Algunas instituciones costarricenses cuyas funciones y actividad tiene relación con aspectos relativos a las IOG

Registro de la Propiedad Industrial (Registro Nacional)

El Registro de la Propiedad Intelectual, órgano del Registro Nacional del Ministerio de justicia y Gracia, es la entidad nacional responsable de la protección de los derechos que se derivan de la propiedad intelectual, reconociendo al creador, al inventor, al artista, como titulares de derechos, susceptibles de protección.

La inscripción comprende las patentes de invención, el Registro de Marcas y el de Marcas de Ganado, para la protección de marcas de fábrica, nombres comerciales, indicaciones de procedencia (indicaciones geográficas y denominaciones de origen), señales de propaganda, de comercio, de ganado. Protege también la autoría de libros, obras de teatro, cine, música, poesía, programas de televisión, programas de cómputo, entre otros.

Dentro de las organizaciones encargadas de elaborar y aplicar reglamentos técnicos deben incluirse la Oficina Nacional de Normas y Unidades de Medidas (ONNUM) e instituciones públicas con funciones de reglamentación técnica de acuerdo al tipo de información: Departamento de Drogas Estupefacientes, Controles y Registros, Departamento de Control de Alimentos, Departamento de Control y Registro de Sustancias Tóxicas y Medicina del Trabajo, Dirección General de Protección Agropecuaria, Departamento de Inscripción, Constatación de Calidad y Fiscalización de Medicamentos Veterinarios, la Oficina Nacional de Semillas y la Secretaría Técnica Nacional Ambiental. Toda esta labor se canaliza posteriormente por medio del Ente Nacional de Reglamentación Técnica.

Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC)

El MEIC- es uno de los ministerios que integran al Poder Ejecutivo de Costa Rica. Es el ente rector de las políticas públicas de Estado en materia de fomento a la iniciativa privada, desarrollo empresarial y fomento de la cultura empresarial para los sectores de industria, comercio y servicios, así como para el sector de las pequeñas y medianas empresas.

Su función mediante principal, establecida mediante Decreto Ejecutivo N° 29117 es: participar en la formulación de la política económica del gobierno y en la planificación nacional, en los campos de su competencia.

A nivel operativo el MEIC se encuentra organizado en las siguientes áreas:

- Área de Apoyo al Consumidor
- Área Administrativo Financiera
- Área de Fomento industrial
- Normas y Unidades de Medida
- Unidad Técnica de Apoyo a la C.P.C.

El área de Normas y Unidades de Medida se encuentra a su vez constituida por las siguientes unidades: Unidad de Acreditación Interna, Unidad de Gestión Metrológica³⁴ y Unidad de Reglamentación Técnica.

*Laboratorio Costarricense de Metrología (LACOMET)*³⁵

La Ley No. 8279 (Sistema Nacional para la Calidad) crea este órgano con desconcentración máxima y con personalidad jurídica instrumental para el desempeño de sus funciones, adscrito al MEIC.

Sus funciones son las siguientes:

- a) Actuar como organismo técnico y coordinador con otros organismos científicos y técnicos, públicos y privados, nacionales e internacionales, en el campo de la metrología.
- b) Difundir y fundamentar la metrología nacional y promover el establecimiento de una estructura metrológica nacional.

³⁴ Hasta la promulgación de la Ley que crea el Sistema Nacional para la Calidad, la Oficina Nacional de Normas y Unidades de Medida (ONNUM) estaba reconocida como el Ente Nacional de Gestión Metrológica; ente que es responsable de intercomparaciones con patrones de otros países así como de diseminar las unidades de medida a través de calibraciones de equipo.

³⁵ Asimila las funciones de la Oficina Nacional de Normas y Unidades de Medida (ONNUM)

- c) Custodiar los patrones nacionales y garantizar su referencia periódica a patrones de rango superior.
- d) Promover el uso, la calibración, la verificación y el ajuste de los instrumentos de medición, así como la trazabilidad a patrones del Sistema Internacional de Unidades, y garantizar la trazabilidad de los instrumentos de medida.
- e) Regular y vigilar las características de los instrumentos de medición empleados en las transacciones comerciales nacionales y en la verificación del cumplimiento de los requisitos reglamentarios.
- f) Fungir como laboratorio nacional de referencia en metrología y, cuando se le requiera, brindar servicios como laboratorio secundario en las áreas de su competencia.
- g) Colaborar con la Secretaría de Reglamentación Técnica en la definición de los asuntos metrológicos, para las especificaciones técnicas de los reglamentos.
- h) Reconocer, mediante convenios, a otras instituciones como laboratorios nacionales en las magnitudes que se considere pertinente y mantener mecanismos de coordinación y vigilancia para el uso de los patrones. El Laboratorio tendrá la responsabilidad de establecer los requisitos necesarios para otorgar y mantener este reconocimiento y verificar su cumplimiento.
- i) Reconocer a instituciones públicas o privadas, físicas o jurídicas, como unidades de verificación metrológicas, de acuerdo con los requisitos legales y técnicos que él disponga. Cuando la institución no esté acreditada, el Laboratorio, justificando debidamente la necesidad del reconocimiento, podrá concederlo y le otorgará el plazo máximo de tres años para que obtenga la acreditación correspondiente.
- j) Participar en actividades de verificación del cumplimiento de los reglamentos técnicos, en los campos de su competencia.
- k) Participar en instancias internacionales de metrología, en particular la Oficina Internacional de Pesas y Medidas (BIPM) y la Organización Internacional de Metrología Legal.

Órgano de Reglamentación Técnica (ORT)

Órgano creado por la Ley No. 8279 (Sistema Nacional para la Calidad) con carácter de comisión interministerial cuya misión será contribuir a la elaboración de los reglamentos técnicos, mediante el asesoramiento técnico en el procedimiento de emitirlos.

El ORT es el encargado de coordinar, con los respectivos ministerios (el MEIC funge por ley como presidente del ORT), la elaboración de sus reglamentos técnicos, de modo tal que su emisión permita la efectiva y eficiente protección de la salud humana, animal y vegetal, del medio ambiente, de la seguridad, del consumidor y de los demás bienes jurídicos tutelados.

El ORT tendrá las siguientes funciones:

- a) Recomendar la adopción, actualización o derogación de los reglamentos técnicos emitidos por el Poder Ejecutivo.
- b) Emitir criterios técnicos con respecto a los anteproyectos de reglamento técnico que desee implementar el Poder Ejecutivo.

El ORT debe contar con una Secretaría Técnica, adscrita al MEIC, la cual será, a la vez, la Secretaría Técnica y el punto de contacto del Comité Nacional del *Codex Alimentarius*.

Ministerio de Ciencia y Tecnología (MICIT)

El objetivo general del MICIT es "...facilitar la investigación científica y la innovación tecnológica, que conduzcan a un mayor avance económico y social en el marco de una estrategia de desarrollo sostenido integral, con el propósito de conservar para las futuras generaciones, los recursos naturales del país y garantice al costarricense una mejor calidad de vida y bienestar, así como un mejor conocimiento de sí mismo y de la sociedad".

Algunos de los objetivos específicos del MICIT son:

- Definir la política científica y tecnológica, mediante el uso de los mecanismos de concertación que establece el Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología y contribuir a la integración de esa política con la política global de carácter económico y social del país, en lo cual servirá de enlace y como interlocutor directo ante los organismos de decisión política superior del Gobierno de la República.

- Coordinar la labor del Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología, lo mismo que elaborar, poner en ejecución y darle seguimiento al Programa Nacional en Ciencia y Tecnología.
- Otorgar, según el caso, la concesión de los incentivos que esta ley establece mediante la suscripción del contrato de incentivos científicos y tecnológicos.
- Promover la creación y el mejoramiento de los instrumentos jurídicos y administrativos necesarios para el desarrollo científico y tecnológico del país.

Ente Costarricense de Acreditación (ECA)

Órgano creado por la Ley No. 8279 (Sistema Nacional para la Calidad) como entidad pública de carácter no estatal, con personería jurídica y patrimonio propios. Ejercerá su gestión administrativa y comercial con absoluta independencia y se guiará exclusivamente por las decisiones de su Junta Directiva, basadas en la normativa internacional.

El ECA será el único competente para realizar los procedimientos de acreditación en lo que respecta a laboratorios de ensayo y calibración, entes de inspección y control, entes de certificación y otros afines. Tendrá las siguientes funciones:

- a) Acreditar previo cumplimiento de los requisitos, conforme a las buenas prácticas internacionales.
- b) Estimular la acreditación en todos los ámbitos tecnológicos y científicos del país.
- c) Garantizar la competencia técnica y credibilidad de los entes acreditados. Para ello, podrá realizar las investigaciones y ordenar las medidas cautelares que considere necesarias, incluso la suspensión temporal de la acreditación.
- d) Resolver, previo cumplimiento del debido proceso, las denuncias que, en materia de su competencia, se presenten contra los entes acreditados.
- e) Promover la suscripción de convenios de reconocimiento mutuo y otros instrumentos de entendimiento que propicien el reconocimiento de la acreditación otorgada por él ante órganos de acreditación similares.
- f) Participar en las instancias internacionales de acreditación.

El ECA esta conformado por la *Junta Directiva*; la *Comisión de Acreditación*, encargada de acreditar en las áreas de competencia del ECA; las *Secretarías de Acreditación*, encargadas de dar apoyo técnico a la Comisión de Acreditación; y los *Comités Técnicos de Acreditación*,

integrados por profesionales expertos en el ámbito que se acreditará y quienes analizan las solicitudes de acreditación presentadas; otras dependencias que requiera para realizar sus competencias, conforme a su estructura interna.

Ente Nacional de Normalización (ENN)³⁶

Entidad privada sin fines de lucro que ha adoptado los requisitos internacionales y los cumple, previa recomendación del Consejo Nacional para la Calidad (creado también por la Ley 8279) y que es reconocida por el Poder Ejecutivo como Ente Nacional de Normalización (ENN). En virtud de este reconocimiento, dicho Ente podrá participar en actividades realizadas por otros organismos de normalización internacionales. El reconocimiento podrá ser retirado en forma anticipada si el citado Consejo comprueba que el ente que ostenta la condición de ENN ha incumplido las disposiciones de esta Ley y las buenas prácticas de normalización.

Las funciones del ENN son las siguientes:

- a) Encauzar y dirigir la elaboración de las normas convenientes para el desarrollo socioeconómico nacional, incluso la adopción de normas internacionales y la armonización en ámbitos supranacionales.
- b) Promover la participación nacional ante las organizaciones internacionales y regionales de normalización.
- c) Difundir la aplicación adecuada de las normas a las actividades productivas y comerciales, tanto en el sector público como en el privado.
- d) Promover el establecimiento de acuerdos y convenios de colaboración con entidades nacionales, extranjeras o internacionales.
- e) Organizar actividades de formación y difusión y colaborar en ellas.
- f) Comercializar las normas nacionales e internacionales y las publicaciones técnicas.
- g) Promover la agrupación de los interesados en el desarrollo de la normalización nacional y coordinarlos.

³⁶ La ley reconoce al Instituto de Normas Técnicas de Costa Rica (INTECO) como el ENN, de conformidad con los artículos 44, 45, 46 y 47 de la Ley. Cabe mencionar además que INTECO utiliza como base las normas elaboradas por organismos internacionales de normalización, especialmente la ISO, el Codex Alimentarius y la IEC. INTECO está afiliado a la Organización Internacional de Normalización (ISO) y es miembro de la Comisión Panamericana de Normas Técnicas (COPANT).

h) Cualquier otra actividad compatible con las actividades de normalización.

Actualmente los principales servicios de INTECO son los siguientes:

- *La Normalización*: se dispone de un amplio programa de proyectos de elaboración de normas nacionales, tomando como referencia normas internacionales y desarrollados por Comités Técnicos, conformados por expertos nacionales.
- *Certificación*: consiste en la oferta de servicios de auditoría para evaluación de sistemas, productos y procesos, en conformidad con parámetros normativos.
- *Capacitación*: consiste en el diseño y realización de programas, cursos, seminarios, talleres y foros, destinados a fortalecer la formación en normalización, certificación, gestión de calidad, metrología industrial, ambiente y otros.
- *Información*: se brinda a través del Centro de Información sobre Normas y Reglamentos Técnicos que es el medio nacional para la información y acceso a normas nacionales e internacionales.

Ministerio de Agricultura y Ganadería. Dirección de Servicios Fitosanitarios del Estado. Ministerio de Agricultura y Ganadería.

La Dirección de Servicios Fitosanitarios del Estado (conocida anteriormente como Dirección de Sanidad Vegetal) es una dependencia del MAG que brinda diferentes servicios al productor, al exportador y al importador.

La Misión de la Dirección es proteger el patrimonio agrícola nacional de plagas de importancia económica y cuarentenaria y fiscalizar la correcta aplicación de los compromisos fitosanitarios contemplados en los acuerdos internacionales firmados por el Gobierno de la República; con el propósito de lograr un mayor aporte a la actividad agrícola nacional bajo los conceptos de modernización, y sostenibilidad para alcanzar los niveles máximos de competitividad.

Como parte del apoyo que se brinda y sujeto a compromisos internacionales del país, bajo Acuerdos y Tratados bilaterales de la Dirección con otros países, se cuenta con un Centro de Información y Notificaciones Fitosanitarias para el Comercio. El Centro dispone de información sobre las Medidas Fitosanitarias de las Notificaciones de los países miembros de la Organización Mundial de Comercio, además de otra información sobre Acuerdos y Tratados en el área fitosanitaria de interés para el productor y exportador.

La Dirección maneja la producción de **productos orgánicos**, para lo cual su función es la de promover en el país una actividad agrícola en armonía con la naturaleza; garantizar a los consumidores la oferta de productos agrícolas que cumplen con las normas internacionalmente válidas en agricultura orgánica; favorecer el comercio internacional de alimentos frescos y procesados orgánicamente en Costa Rica, mediante la aplicación efectiva de las regulaciones nacionales técnicas y jurídicas en agricultura orgánica".

Velar por la correcta aplicación de las regulaciones técnicas y jurídicas nacionales³⁷, que rige la producción, el procesamiento y el mercadeo de productos obtenidos con tecnología orgánica. Aplicar, de modo reglamentario, la evaluación de la conformidad y la acreditación de las agencias de certificación orgánica con el propósito de facilitar y respaldar la comercialización de productos agrícolas orgánicos certificados, de acuerdo con la normativa internacionalmente reconocida. Asegurar que los productos producidos orgánicamente cumplen consistentemente con la normativa vigente tanto a escala nacional como internacional en agricultura orgánica.

Para cumplir sus funciones se dispone de los siguientes laboratorios:

- Laboratorio de control de residuos y calidad de sustancias de uso agrícola
- Laboratorio de Control de Calidad de Plaguicidas
- Laboratorio de Control de Calidad de Fertilizantes
- Laboratorio de Residuos de Plaguicidas

Los laboratorios brindan como servicios de análisis de residuos de plaguicidas en frutas y vegetales frescos, alimentos semi-procesados, procesados, suelos (sedimentos), granos y en agua. Además el Control de Calidad de formulaciones de plaguicidas y fertilizantes.

Prestan sus servicios a:

- Diferentes Departamentos de la Dirección que requieren el análisis de muestras para la determinación de residuos de plaguicidas en vegetales, producidos en el país, para consumo local y productos de importación y para la exportación. Además el análisis de Calidad de formulaciones de plaguicidas y fertilizantes.
- Productor nacional y público en general.
- Empresa privada importadora y exportadora de productos de origen vegetal.

³⁷ Decreto 29782-MAG (Reglamento sobre Agricultura Orgánica).

- Empresas productoras y comercializadoras integradas en el programa voluntario denominado Sello Azul.
- Análisis de Calidad a la Industria de Agroquímicos.

Por su parte los **Servicios de Salud Animal** fueron generados por la necesidad de proteger el patrimonio pecuario del país, promover el uso de tecnologías eficientes en este campo y satisfacer las exigencias nacionales e internacionales en materia zoonosanitaria para la comercialización e industrialización de animales, productos y subproductos de origen animal y para velar por la aplicación de medidas sanitarias que protejan la salud de los seres humanos y los animales.

Amparado en la normativa nacional e internacional existente en Salud Animal, el programa desarrolla actividades en el área de Cuarentena Animal, Inspección y Certificación para el comercio de productos de origen animal, Registro y Control de Insumos Pecuarios, servicio de Diagnóstico Laboratorial, servicios Zoonosanitarios Regionales y otras necesarias para la prevención y control de enfermedades de interés económico y de salud pública.

Como resultado de los controles zoonosanitarios a que son sometidos los productos pecuarios, el país ha logrado mantener y ampliar los mercados conservando un alto grado de confiabilidad, tanto nacional como internacionalmente, ha logrado además atender con éxito el brote de enfermedades zoonóticas con gran capacidad técnica y administrativa.

Para la ejecución de las labores asignadas a la Dirección de Salud Animal, de acuerdo con la Ley General de Salud Animal No.6243 y sus Reglamentos, cuenta con los siguientes Departamentos:

- Servicios Zoonosanitarios Internacionales: Inspección de Alimentos de Origen Animal y Cuarentena Animal.
- Insumos Pecuarios: Registro y Control de Medicamentos de Uso Veterinario y Registro y Control de Alimentos para Animales.
- Servicios Zoonosanitarios Nacionales: Epidemiología y Análisis de Riesgo y Salud Pública Veterinaria.
- Laboratorio de Diagnóstico Veterinario: Toxicología, Microbiología de Alimentos, Control de Calidad de Medicamentos y Diagnóstico de Enfermedades.

Consejo Nacional de la Producción (CNP)

El CNP es una institución pública de carácter autónomo, cuya misión es promover el desarrollo del sector agropecuario elevando su competitividad, mediante la transferencia tecnológica y procurando el mayor bienestar del pequeño y mediano productor.

Está constituida por las siguientes unidades técnicas: Unidad Técnica de Reconversión Productiva, Dirección de Mercadeo y Agroindustria, Dirección de Calidad Agrícola, Dirección de Programas Especiales, Dirección de Asesoría Jurídica y Dirección de Planificación; además de las Direcciones Regionales y Subregionales en todo el país.

La Dirección de Calidad Agrícola esta conformada por las áreas: Área de Normas y Certificación, área de Poscosecha y Área de Laboratorio.

La Ley orgánica establece que el CNP, entre otros aspectos, será el ente oficial responsable de:

- Certificar la calidad de productos frescos para la exportación. La Dirección de Calidad Agrícola, será reconocida como inspectora acreditada en los procesos de muestreo, inspección y certificación de calidad y como autoridad oficial en el campo de la calidad e inocuidad de los alimentos.
- Asesorar, inspeccionar, verificar y auditar los sistemas de Aseguramiento de Calidad y Puntos Críticos de Control en Proceso de los productos agropecuarios y agroindustriales.
- Calibrar equipos asesorar la metrología industrial.
- Investigar y transferir tecnología de agroindustrial y de poscosecha, para lo cual realizará coordinación con otros entes públicos y privados.
- Efectuar los análisis e interpretaciones de la calidad e inocuidad de los alimentos de productos agropecuarios.
- Generar propuestas de normas voluntarias y reglamentos técnicos de los productos agropecuarios en coordinación con otros entes públicos y privados. La Dirección de Calidad Agrícola será el representante oficial del CNP ante los Comités del *Codex Alimentarius*.
- Realizar arbitrajes y peritajes en productos agropecuarios y agroindustriales de acuerdo a las normas y reglamentos técnicos.

- Auditar los procesos y productos agropecuarios en sistemas de inspección, muestreo y certificación de calidad.

Según la misma Ley, otras atribuciones del CNP son las siguientes:

- Desarrollo de programas de verificación de la calidad para productos agropecuarios de exportación, a través de la Dirección de Calidad Agrícola.
- Administración de los programas de control fitosanitario con la aprobación del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), en aquellos productos de importación y exportación en que se lo soliciten los productores al MAG.
- Control de calidad en los proyectos, incluyendo una cláusula en los proyectos del Programa de Reconversión Productiva, que contemple recursos para el diseño, implementación y verificación de los sistemas de aseguramiento de la calidad, puntos críticos de proceso e información de mercados.

En cuanto al sector de la **calidad agroalimentaria**, en el que participan varias instituciones, el CNP tiene una participación directa.

La Ley Orgánica del CNP (reforma No. 7742 de enero de 1998) (*Capítulo Tercero, del Mercadeo agropecuario y de la calidad y afines*) establece que el CNP, en coordinación con el Ministerio de Salud y de Economía, Industria y Comercio (MEIC), realizarán la inspección, verificación y muestreo de productos importados y de mercado nacional en las áreas de inocuidad y calidad.

El CNP realiza sus funciones en conjunto con el Ministerio de Ciencia y Tecnología, con el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), con la Coalición Costarricense de Iniciativas para el Desarrollo (CINDE) y con la Promotoría de Comercio Exterior (PROCOMER), para el establecimiento de un sello de conformidad en la calidad de los productos (principalmente productos frescos, hortícolas y granos básicos), según la norma internacional EN 45011 para organismos certificadores de productos frescos.

La institución cuenta con la acreditación por el Ente Nacional de Acreditación (*actualmente Ente Costarricense de Acreditación, ECA*) para el cumplimiento de sus funciones bajo la normativa EN 45011 para la *Certificación de Calidad de Productos Frescos*.

Centro de Investigaciones en Tecnología de los Alimentos (CITA). Universidad de Costa Rica (UCR).

El CITA es una entidad creada a través de un convenio cooperativo entre la Universidad de Costa Rica -UCR-, el Ministerio de Agricultura y Ganadería -MAG-, y el Ministerio de Ciencia y Tecnología -MICIT- del Gobierno de Costa Rica.

Su misión es investigar, desarrollar y transferir conocimientos en Ciencia y Tecnología de Alimentos que permitan al sector agroalimentario nacional y regional elevar su competitividad y producir alimentos de calidad.

El programa de investigación del CITA se ha caracterizado desde su creación por incluir principalmente proyectos de ciencia aplicada. Con ellos se pretende encontrar soluciones que se adapten a las circunstancias y posibilidades de Costa Rica y la región desde una perspectiva práctica y aplicable.

El programa de investigación está dividido en 5 áreas.

- *Investigación de Tecnologías.* Nuevos procesos y productos, mejora de operaciones unitarias, aplicación de nuevas tecnologías.
- *Investigación en Biotecnología.* Nuevos procesos y productos, mejoramiento de productos y procesos por medio de la Biotecnología.
- *Investigación en Calidad.* Definición, medición, mejora y optimización de la calidad en productos, procesos e industria.
- *Investigación de Mercados.* Información de mercados disponible por medio de estudios sindicados periódicos, en especial, dirigidos a la Pequeña y Mediana Empresa.
- *Multinacional (Redes y Proyectos Internacionales).* Información sobre las redes y proyectos multinacionales en los que participa el CITA de forma activa.

Desde 1984 el CITA ofrece servicios a la Industria Alimentaria Nacional y Regional, proporcionados por equipos multidisciplinarios. Se ofrecen los siguientes servicios:

- *Servicios de Información Básica.* Información básica en ciencia y tecnología de alimentos.
- *Servicios Analíticos.* Análisis de alimentos y asesoría a laboratorios.
- *Servicios de Asesoría Específica.* Asesorías a la medida para necesidades particulares.
- *Servicios en Gestión de Calidad.* Capacitación y asesoría en gestión de calidad (GMP, HACCP, ISO9000).

- *Servicios en Mercadeo.* Investigaciones de mercado y evaluación de la capacidad en mercadeo.
- *Diagnóstico Tecnológico Cuantitativo.* Evaluación del nivel tecnológico de industrias alimentarias, sectores y países.

Los *Servicios Analíticos* incluyen los siguientes:

- *Análisis Químico:* Se realizan los siguientes análisis:

Análisis de composición nutricional: humedad, grasa, proteína, cenizas, azúcares: sacarosa, glucosa, fructosa, lactosa, maltosa, galactosa, fibra dietética, carbohidratos totales, carbohidratos disponibles, calorías, calorías por grasa.

Otros análisis para control de calidad: pH, Brix, acidez, cloruro de sodio (sal), preservantes: nitritos (en productos cárnicos), sulfitos (en productos de frutas y vegetales).

Análisis específicos para especias: humedad (por destilación), aceites volátiles, aceites no volátiles, piperina (en pimentas), capsaicina (en chile).

Además se brindará asesoría en el diseño y montaje de laboratorios químicos de alimentos así como en la implantación de sistemas de calidad, incluyendo los entrenamientos de personal que se consideren oportunos para la operación del laboratorio.

- *Análisis Sensorial.* Por medio de esta ciencia se utiliza al ser humano y sus sentidos como instrumento de medición en tareas propias de la ciencia y tecnología de alimentos como: investigación y desarrollo de productos, control de calidad, evaluación de cambios en materias primas o proceso, determinación de vida útil. Los servicios disponibles son: análisis de diferencia, análisis de aceptación y preferencia a nivel de laboratorio o con grupos de consumidores del mercado meta, análisis de calidad sensorial, análisis descriptivo, selección y entrenamiento de jueces en productos específicos.
- *Análisis Microbiológico:* La calidad, vida útil, aceptabilidad y seguridad de los alimentos procesados dependen en gran medida del contenido microbiológico, el cual puede ser perjudicial o beneficioso, según el alimento y el microorganismo. El laboratorio del CITA ofrece servicios integrales, en especial para empresas que no

cuentan con facilidades y se encuentran en el proceso de implementación del sistema HACCP.

El análisis se ofrece para todo tipo de alimento y se realizan los siguientes: Bacterias mesófilas aerobias, Hongos y levaduras, Recuento de coliformes, *Staphylococcus aureus*, Bacterias lácticas, Esporulados, *Salmonella sp.*, *Listeria monocytogenes*, Coliformes totales y fecales, *E. coli*

Por su parte el servicio de *Gestión de Calidad* ofrece asesoría y capacitación en sistemas tales como: Buenas Prácticas de Manufactura (GMP), Análisis de Riesgos y Puntos Críticos de Control (HACCP) y las Normas ISO 9000.

Ministerio de Comercio Exterior (COMEX)

Algunas de las funciones del COMEX son las siguientes³⁸:

- Definir y dirigir la política comercial externa y de inversión extranjera.
- Dirigir las negociaciones comerciales y de inversión, bilaterales y multilaterales y suscribir tratados y convenios sobre esas materias.
- Participar, con el Ministerio de Economía, Industria y Comercio, el de Agricultura y Ganadería y el de Hacienda, en la definición de la política arancelaria.
- Representar al país en la Organización Mundial del Comercio y en los demás foros comerciales internacionales donde se discutan tratados, convenios y, en general, temas de comercio e inversión.
- Establecer mecanismos reguladores de exportaciones, cuando sea necesario por restricciones al ingreso de bienes costarricenses a otros países con el apoyo, cuando corresponda de el Ministerio de Economía, Industrias y Comercio y el de Agricultura y Ganadería, según el caso; asimismo, podrá ejecutarlos por medio de otras instituciones, públicas o privadas, que se relacionen con el sector productivo correspondiente.
- Dictar las políticas referentes a exportaciones e inversiones y Evaluar las políticas de comercio exterior e inversiones por lo menos una vez cada dos años.

³⁸ Artículo 2 de la Ley de Creación del Ministerio de Comercio Exterior y de la Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica. Ley No. 7638, La Gaceta No. 218 del 13 de noviembre de 1996.

Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER)

PROCOMER se crea en el año 1996, con el fin de promover la inserción exitosa en el mercado internacional de las empresas exportadoras costarricenses y como producto de la fusión de CENPRO (Centro para la Promoción de las Exportaciones e Inversiones) y la Corporación de Zonas Francas se crea.

Su función la cumple mediante sus áreas de trabajo (Gerencia de Desarrollo y Logística, Gerencia de Mercadeo Internacional y Gerencia de Inteligencia Comercial) que brindan servicios de calidad para los exportadores con programas en: capacitación y asesoría, análisis de información y mercados, imagen de producto, facilitación de trámites, promoción de exportación y manejo eficaz y eficiente de los regímenes que administra.

Algunos de los objetivos de PROCOMER son los siguientes:

- Promover el aumento y diversificación en forma sostenida (de acuerdo a la demanda mundial y oferta interna) las exportaciones del país al resto del mundo.
- Promover el aumento del valor agregado de las exportaciones.
- Agilizar y modernizar trámites relacionados con la actividad exportadora
- Desarrollar las exportaciones con un enfoque de Región-Sector-Mercado (Exportación a la medida).
- Relanzar de una cultura exportadora.
- Apoyar los esfuerzo para reducir las desventajas competitivas que afectan las exportaciones.
- Informar y capacitar al sector empresarial.
- Velar por el buen funcionamiento de los mecanismos que garantizan la eficacia de los sistemas de control de los Regímenes que administra.
- Establecer una cultura de rendición de cuentas permanente.

3. ANEXO 3. Comparación de los contenidos de la legislación sobre IOG entre Costa Rica y la Unión Europea

Tópico	Costa Rica	Unión Europea	Observaciones
MARCO JURÍDICO			
Marco general	<p>Ley de marcas y otros signos distintivos de 6 de enero de 2000 (Ley No. 7989) y sus reformas.</p> <p>Reglamento de la Ley de marcas y otros signos distintivos de febrero de 2000.</p> <p>Otra legislación relacionada es: Ley de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual (Ley No. 8039); Ley de Patentes de Invención, Dibujos y Modelos Industriales y Modelos de Utilidad (Ley No. 6867); Ley de Defensa y Protección Efectiva del Consumidor. (Ley de Biodiversidad (No. 7788 de 30 de abril de 1998).</p>	<p>Para los productos agrícolas y alimenticios existe una legislación específica (Reglamento (CEE) n° 2081/92 de 14 de julio de 1992, relativo a la protección de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios y el Reglamento (CEE) n° 2082/92 de julio de 1992, relativo a la certificación de las características específicas de los productos agrícolas y alimenticios).</p> <p>Los vinos se regulan por una legislación independiente (Reglamento R(CEE) 823/87 y R(CEE) 822/87)</p>	<p>CR. Las denominaciones de origen son entendidas como signos distintivos e integradas a la Ley de marcas (algunas disposiciones para las marcas rigen para las denominaciones de origen).</p> <p>UE. Las denominaciones de origen están reguladas por una legislación independiente.</p> <p>7.</p>
DEFINICIONES			
Categorías	<p><i>Indicación geográfica</i></p> <p><i>Denominación de origen</i></p>	<p><i>Indicación geográfica protegida (IGP)</i></p> <p><i>Denominación de origen (DOP)</i></p> <p><i>Especialidad Tradicional</i></p> <p><i>Garantizada (ETG)</i></p>	<p>CR. Las definiciones no se refieren al grado de vinculación del producto con el medio geográfico.</p> <p>UE. La DOP y la IGP difieren solo en el grado de vinculación del producto con el medio geográfico. Se define la ETG.</p>

Tópico	Costa Rica	Unión Europea	Observaciones
Denominación de origen	<p><i>Denominación geográfica, designación, expresión, imagen o signo de un país, una región o localidad, útil para designar un bien como originario del territorio de un país, una región o localidad de ese territorio, y cuya calidad o características se deban <u>exclusivamente</u> al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y humanos.</i></p> <p>El Reglamento de la Ley de marcas (artículo 46) establece además que esta definición es de conformidad con el Convenio de París y con el Acuerdo de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (ADPIC). E indica que “el concepto de indicación geográfica engloba a las denominaciones de origen”.</p>	<p><i>Nombre de un lugar determinado... que sirve para designar un producto agrícola o un producto alimenticio originario de dicho lugar,, y cuya calidad o características se deban <u>fundamental o exclusivamente</u> al medio geográfico con sus factores naturales y humanos, y <u>cuya producción, transformación y elaboración se realicen en la zona geográfica delimitada.</u></i></p>	<p>Ambas definiciones se asemejan en que se vinculan las características del producto al medio geográfico (factores humanos y naturales).</p> <p>CR. No establece que el proceso de transformación del producto deba realizarse en la región delimitada.</p>
Indicación geográfica	<p>Nombre geográfico de un país, una región o localidad, que se utilice en la presentación de un bien para indicar su lugar de origen, procedencia, elaboración, recolección o extracción.</p> <p>El Reglamento de la Ley de marcas (artículo 46) amplía el concepto para destacar cualidades específicas de un producto (agrícola o no), que sean consecuencia de factores humanos propios del lugar de origen del producto, tales como conocimientos y tradiciones de fabricación concretos.</p>	<p>Nombre de una región, de un lugar determinado...que sirve para designar un producto agrícola o alimenticio originario de dicha región...y que posea una cualidad determinada, una reputación u otra característica que pueda atribuirse a dicho origen geográfico, y cuya producción y/o transformación y/o elaboración se realicen en la zona geográfica delimitada.</p>	<p>CR: No vincula las características del producto con el medio geográfico. La definición se asemeja más a la de indicación de procedencia.</p> <p>UE. Solo requiere una característica o reputación atribuible a su origen geográfico y que al menos uno de los procesos (producción, transformación, elaboración) se realicen en dicha región.</p>
Especialidad Tradicional Garantizada	<p>No existe en la legislación ninguna referencia semejante al concepto europeo de ETG.</p>	<p>Se refiere a la composición tradicional de un producto o un modo de producción o elaboración específico y tradicional independientemente del origen geográfico.</p>	<p>En CR no existe</p>

Tópico	Costa Rica	Unión Europea	Observaciones
Excepciones a la definición de DO	No se indican.	<ul style="list-style-type: none"> - Permite considerar como denominaciones de origen ciertas denominaciones tradicionales aunque no sean nombres geográficos. - Permite asimilar a denominaciones de origen cuando las materias primas (animales vivos, la carne y la leche) procedan de una zona diferente bajo ciertas condiciones. 	<p>CR. No exige explícitamente que el producto lleve el nombre de la región. No se hacen referencias a materias primas de otra región.</p>
Denominaciones genéricas	<ul style="list-style-type: none"> - La Ley estima una denominación genérica cuando sea considerada como tal por los concededores de este tipo de producto y por el público en general” (artículo 75, Ley de Marcas) - Para las marcas se entenderá que se ha convertido en nombre genérico cuando, en los medios comerciales y para el público, ha perdido su carácter distintivo como indicador del origen empresarial del producto o servicio (artículo 39, Ley de marcas) 	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre de un producto agrícola o alimenticio que, aunque se refiera al lugar de producción o comercializado inicialmente, haya pasado a ser el nombre común de un producto agrícola o alimenticio. - Para establecer el carácter genérico se debe tomar en cuenta la situación y las legislaciones de los estados miembros de la UE. - Antes de la entrada en vigor del Reglamento se publicará una lista de los productos que son considerados genéricos. 	---
Ámbito de aplicación	Productos y servicios.	<ul style="list-style-type: none"> - Productos agrícolas destinados a la alimentación humana contemplados en el Anexo II del Tratado de Roma. - Otros productos agrícolas y alimenticios transformados o sin transformar (previamente establecidos por la Comisión de la UE). 	<p>CR. Bienes y servicios en general. UE- Es específica para productos agrícolas y alimenticios (no incluye servicios)</p>
CONDICIONES PARA LA SOLICITUD (“pliego de condiciones”)			

Tópico	Costa Rica	Unión Europea	Observaciones
<p>Reglamento Técnico del producto</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se menciona reglamento de empleo para las marcas, el cual fijará las características garantizadas por la presencia de la marca y la manera como se ejercerá el control de calidad. El reglamento será aprobado por la autoridad administrativa competente en función del producto o servicio de que se trate y se inscribirá junto con la marca. - Para las marcas colectivas se establecen los elementos que debe tener el <u>reglamento de uso</u>. Entre ellos: los elementos comunes que deben presentar los productos referidas al origen geográfico; al modo de fabricación, a los materiales empleados u otro aspecto; a las reglas y demás condiciones a que debe sujetarse el uso de la marca; a los mecanismos de vigilancia y verificación para el control de uso de la marca; las infracciones y sanciones por el uso distinto a lo regulado en el reglamento, los procedimientos para aplicar las sanciones; otros (Reglamento de la Ley de Marcas, artículo 34). - Los cambios introducidos en el reglamento de empleo de la marca colectiva serán comunicados por su titular al Registro de la Propiedad Industrial (Ley de marcas, artículo 50). 	<p>Equivalente al pliego de condiciones (<i>ver estructuras de control en esta matriz</i>).</p>	<p>CR. No se establece la obligatoriedad de elaborar un reglamento específico para los productos registrados. El reglamento solicitado para las marcas colectivas se acerca bastante al pliego de condiciones europeo.</p> <p>UE. Cada Estado miembro establece las condiciones del reglamento técnico a través de su legislación nacional.</p>

Tópico	Costa Rica	Unión Europea	Observaciones
Descripción del producto	Se solicita una reseña de las cualidades o características esenciales de los productos o servicios (Ley de Marcas, artículo 76), , salvo cuando, por la naturaleza del producto o el servicio u otra circunstancia, no sea posible precisar tales características (artículo 76).	Requiere la descripción del producto, incluidas, en su caso, las materias primas y las principales características físicas, químicas, microbiológicas y/u organolépticas del producto.	CR. No se hace referencia al grado de detalle en que deben ser descritas las cualidades o características del producto. Permite la excepción de no describir el producto.
Características originarias y vínculo con el medio geográfico.	Se solicita la indicación de la zona geográfica de producción a la que se refiere la denominación de origen (Ley de Marcas, artículo 76).	Solicita los elementos que prueben que el producto es originario de la zona geográfica con arreglo a la definición que corresponda de DOP o IGP establecida y los factores que acrediten el vínculo con el medio geográfico o con el origen geográfico.	CR. No se solicitan expresamente los factores que acrediten el vínculo con el medio geográfico o con el origen geográfico
Método de obtención del producto	No hace referencia al método de obtención para las denominaciones de origen. El Reglamento (a la Ley de Marcas...artículo 34) solicita como parte del reglamento para marcas colectivas, el modo de fabricación del producto.	Solicita la descripción del método de obtención del producto y, en su caso, los métodos locales, cabales y constantes.	---
Carácter tradicional y renombre del producto	No se hace ninguna referencia al carácter tradicional del producto, ni a sus posibles características de prestigio y renombre.	<ul style="list-style-type: none"> - Solo para la ETG se solicitan expresamente los elementos que permiten evaluar el carácter tradicional del producto. - Se considerarán denominaciones de origen algunas denominaciones tradicionales, geográficas o no, que designen un producto originario de una región y que sus cualidades se deban al medio geográfico. - No se hace referencia al renombre o reputación del producto. No obstante, las características de prestigio y renombre y la apreciación del carácter tradicional son considerados al momento de examinar la petición de registro. 	Ninguna legislación requiere explícitamente el carácter tradicional de las denominaciones geográficas, aunque en ambas es un criterio de evaluación.

Tópico	Costa Rica	Unión Europea	Observaciones
SOLICITUD Y REGISTRO			
Solicitantes de registro	<ul style="list-style-type: none"> - Lo solicitará el interesado (fabricantes o artesanos que tengan su establecimiento de producción o de fabricación en la región o en la localidad a la cual corresponde la denominación de origen) o a solicitud de alguna autoridad pública competente (Ley de Marcas, artículo 74).. - Para las marcas se detalla la documentación específica requerida. 	<ul style="list-style-type: none"> - Una agrupación (organización de productores y/o transformadores de un mismo producto, cualquiera que sea su composición o forma jurídica) que represente los intereses de los solicitantes. - En casos excepcionales y debidamente justificados, una persona física o jurídica (no agrupación), podrá presentar la solicitud de registro, si en el momento de la presentación de dicha solicitud fuere el único productor de la zona geográfica delimitada y se cumplen ciertas condiciones (Reglamento (CEE) n° 2037/93). - Documentación: <i>Pliego de Condiciones</i> y la solicitud de registro. 	<p>CR. No se establece documentación específica para denominaciones geográficas</p>

Tópico	Costa Rica	Unión Europea	Observaciones
Procedimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Se presenta ante el RPI. - Se rigen, en cuanto corresponda, por las disposiciones sobre el registro de las marcas, para las que se establecen aspectos de admisión para el trámite, examen de forma y fondo, publicación de la solicitud (el Diario Oficial), oposiciones, resolución, certificado de registro y otros. Todos función del RPI. 	<p>Sigue dos niveles: nacional y comunitario.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se presenta la solicitud a las autoridades nacionales. - El Estado miembro comprobará si la solicitud está justificada y el cumplimiento de los requisitos. - El Estado miembro la transmite a la Comisión (puede conceder una protección transitoria). - La Comisión verifica que el archivo esté completo y que establezca un vínculo con el origen geográfico (6 meses). - Si la solicitud es aceptada la denominación geográfica y los elementos del archivo son publicados en el Diario Oficial de las Comunidades Europeas (DOCE). - Se inicia un periodo de estudio y oposición por los Estados miembros. - La Comisión estará asistida por un Comité científico compuesto por representantes de los Estados miembros, cuya misión será la de examinar todos los problemas técnicos derivados de la aplicación de los Reglamentos relativos al registro de los nombres y a los casos de oposición.: 	<p>CR. No se establece procedimiento específico para las denominaciones geográficas.</p> <p>UE. Las funciones del Estado miembro se organizan dependiendo de su propias legislación y organización.</p>
Registro de productos	<p>El RPI mantendrá un registro de denominaciones de origen (Ley de Marcas, artículo 74).</p> <p>El RPI mantendrá un registro de los elementos figurativos y emblemas protegidos organizado de conformidad con la Clasificación Internacional de los Elementos Figurativos (Reglamento de la Ley de Marcas, artículo 63).</p>	<p>La Comisión de la UE mantiene el registro de productos.</p>	---

Tópico	Costa Rica	Unión Europea	Observaciones
Tasa de solicitud de registro	Pagará (al RPI) un cuarenta por ciento (40%) del salario base (Ley de Marcas, artículo 94). (La reforma este artículo – 8020, agosto 2000- establece que la inscripción de cada nombre comercial, expresión o señal de propaganda pagará 50 dólares estadounidenses).	No se indica.	UE. Aplica la legislación del Estado miembro.
Duración y modificación del registro	Tendrá duración indefinida. Podrá ser modificado en cualquier momento cuando cambien (Ley de Marcas, artículo 79): el área geográfica delimitada, los productos o servicios registrados, las cualidades o características esenciales de los productos o servicios (Ley de Marcas, artículo 78)	Un Estado miembro podrá solicitar la modificación del pliego de condiciones, en particular para tener en cuenta la evolución de los conocimientos científicos y técnicos o para establecer una nueva delimitación geográfica. Dependiendo de la importancia de la modificación se seguirá o no el mismo procedimiento de registro.	CR. No contempla cambios tecnológicos
Limitaciones de registro	<ul style="list-style-type: none"> - No admite el registro de signos (marca, emblema, expresión de publicidad,...) cuando se afecte el derecho a terceros, entre otros casos, si el uso del signo es susceptible de confundirse con el de una denominación de origen protegida (Ley de Marcas, artículo 8, g). - No podrá registrarse una indicación geográfica... cuando su empleo sea susceptible de crear confusión respecto del origen (Ley de Marcas, artículo 3). - No se admiten signos que sean la denominación común o genérica de algún producto (Ley de Marcas, artículo 75). 	<ul style="list-style-type: none"> - No podrá registrarse un nombre como denominación de origen cuando entre en conflicto con el nombre de una variedad vegetal o una raza animal que pueda inducir a error sobre el verdadero origen del producto. - No se registrará ninguna denominación cuando, habida cuenta del renombre o notoriedad de una marca y de la duración del uso de la misma, su registro pudiera inducir al error al consumidor sobre la auténtica identidad del producto. - No podrán registrarse las denominaciones que han pasado a ser genéricas. 	

Tópico	Costa Rica	Unión Europea	Observaciones
Anulación de Registro	A pedido de cualquier sujeto con interés legítimo, el Registro declarará la nulidad del registro de una denominación de origen cuando se demuestre que está comprendida en alguna de las prohibiciones (antes) indicadas (Ley de Marcas, artículo 75), o bien, que la denominación se usa en el comercio de una manera que no corresponde a lo indicado en la inscripción respectiva (causas de modificación de registro –primer párrafo del Ley de Marcas, artículo 78) (Ley de Marcas, artículo 81).	Por incumplimiento del pliego de condiciones, previa reclamación de otro Estado miembro.	---
Indicaciones geográfica homónimas	<ul style="list-style-type: none"> - La protección se concederá a cada una. - En su reglamento (?) se establecerán las condiciones para diferenciarlas, tomando en cuenta la necesidad de asegurarse de que los productos interesados reciban un trato equitativo y los consumidores no sean inducidos a error (Ley de Marcas, artículo 74). 	Cuando una denominación protegida de un país tercero sea homónima de una denominación protegida de la UE, se concederá su registro teniendo en cuenta los usos locales y tradicionales y los riesgos efectivos de confusión y solo se autorizarán si en el etiquetado se indica de forma clara y visible el país de origen del producto.	---
DERECHO DE USO, PROTECCIÓN Y RESERVA			
Derecho de uso	<ul style="list-style-type: none"> - Solo los productores, fabricantes o artesanos que desempeñan su actividad dentro de la zona geográfica delimitada, podrán usar comercialmente la denominación de origen registrada y junto con ella, la expresión “DENOMINACIÓN DE ORIGEN” (Ley de Marcas, artículo 80). 	<ul style="list-style-type: none"> - Las menciones “DOP”, “IGP” o “ETG” solo podrán figurar en los productos conformes al Reglamento 2081/92. 	

Tópico	Costa Rica	Unión Europea	Observaciones
Protección y reserva	<ul style="list-style-type: none"> - Se prohíbe en el registro de marcas el uso de expresiones tales como: “clase”, “tipo”, “estilo”, “imitación” u otras (Ley de Marcas, artículo 72). - No podrá usarse en la publicidad comercial una indicación que pueda causar error o confusión sobre la procedencia geográfica de los productos, por no ser originarios del lugar designado por la indicación geográfica, o bien, aunque se indique el origen verdadero del producto o servicio pero igualmente genere confusión en el público. - Las indicaciones geográficas tampoco podrán ser utilizadas en forma tal que constituyan un acto de competencia desleal, en el sentido del artículo 10 bis del Convenio de París. - Las acciones relativas al derecho de usar una denominación de origen registrada, se ejercerán ante los tribunales (Ley de Marcas, artículo 80). 	<ul style="list-style-type: none"> - Protegidas contra toda usurpación, imitación o evocación, aunque se indique el origen verdadero del producto o si la denominación protegida se traduce o va acompañada de una expresión como “género”, “tipo”, “método”, “estilo”, “imitación” o una expresión similar. - Protegidas contra toda utilización comercial directa o indirecta de una denominación registrada para productos no registrados que sean comparables o bien para aprovecharse de su reputación. - Cualquier indicación falsa sobre la naturaleza o características de los productos, el origen, procedencia en el envase o embalaje, en publicidad o documentos de productos. - Las denominaciones protegidas no podrán convertirse en genéricas. - Cuando se registre una denominación de origen o una indicación geográfica, se denegarán las solicitudes de registro de marcas susceptibles de inducir a error al consumidor y relativas al mismo tipo de productos. <p>Cuando una marca se haya registrado de buena fe antes de la fecha de depósito del registro de la DOP o IGP, podrán coexistir la marca y la denominación, bajo ciertas condiciones.</p>	
ESTRUCTURA DE CONTROL			

Tópico	Costa Rica	Unión Europea	Observaciones
Control interno de los productos	No hace referencia a una estructura de control, interna o externa, para los productos inscritos o certificados.	<ul style="list-style-type: none"> - Entidad de certificación externa, objetiva e independiente, autorizada de acuerdo con la norma EN.45011. - Cuerpos oficiales del estado o bien organismos privados autorizados por el Estado. - Deben ser objetivos y parciales respecto a los productores-transformadores y contar de manera permanente con expertos y medios necesarios. - Su función será garantizar el cumplimiento de los requisitos del <i>pliego de condiciones</i>. En caso de incumplimiento se comunicará al Estado miembro las medidas tomadas. - Capacitados para la concesión de certificados de conformidad (pliego de condiciones) y marcas de conformidad. - Los Estados miembros remitirán a la Comisión la lista de autoridades y/o organismos autorizados para el control y sus competencias respectivas, que será publicada en el DOCE. - En caso de que la estructura de que la estructura de control recurra a otro organismo para realizar algunos controles, este deberá ofrecer las mismas garantías. El primero seguirá siendo el responsable por la totalidad de los controles. - Los costes de los controles correrán a cargo de los productores. 	<p>CR. La omisión de un sistema de control específico para productos agroalimentarios es un factor crítico para asegurar el cumplimiento de las condiciones de inscripción de un producto. La cualidad de las denominaciones geográficas como “productos certificados” es una de las características fundamentales y una de las funciones esenciales de los órganos de control. Este aspecto es omitido por la ley.</p> <p>UE. La estructura de control en el Estado miembro está determinada por su propia legislación.</p>

Tópico	Costa Rica	Unión Europea	Observaciones
Sanciones	<p>Le corresponde al RPI (Reglamento de la Ley de Marcas, artículo 53):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aplicar las sanciones administrativas previstas en la legislación en materia de Propiedad Industrial. - Actuar en las diligencias jurídicas ordenadas por la <i>Ley de Procedimientos de Observancia</i> con la competencia que dicha Ley le confiere. 	<ul style="list-style-type: none"> - El Estado miembro tomará las medidas necesarias para que el productor que cumpla el presente Reglamento tenga acceso al sistema de control. - El Estado miembro retirará la autorización a los organismos de control cuando dejen de cumplirse las condiciones establecidas. 	<p>(En el caso de España, la facultad para la aplicación de las sanciones, según sean faltas administrativas o infracciones al Reglamento del producto, al propio organismo de control o a los gobiernos locales, normalmente a través de la Consejería de Agricultura, Ganadería y Montes, para lo cual podrán acudir a los Tribunales).</p>
Publicidad	<p>El RPI... tiene a su cargo los aspectos en materia de propiedad industrial, referidos entre otros, al fomento, información al público, promoción y desarrollo tecnológico, ... coordinar políticas, estrategias y acciones con las instituciones públicas o privadas,... con interés en el fomento y protección de los derechos de propiedad industrial.</p>	<p>Se establece un sistema dirigido a informar a los consumidores de la inscripción en el registro comunitario del nombre de un producto (Reglamento (CEE) n° 1428/97 de la Comisión de 27 de julio de 1997). También una campaña de información y sensibilización para dar a conocer la existencia y las ventajas del sistema de DOP e IGP.</p>	---
Logotipo	---	<p>Se establece el modelo del símbolo o logotipo comunitario (para las DOP e IGP) y las indicaciones que podrán utilizarse junto a este, para lo cual se anexa un manual gráfico que fija las técnicas de reproducción que deberán seguirse.</p>	<p>CR. No hace referencia a la identificación de los productos con un logotipo específico.</p>

Tópico	Costa Rica	Unión Europea	Observaciones
Relaciones con terceros países	Permite el registro de denominaciones de origen extranjeras a solicitud de uno o varios de los productores o transformadores ubicados en la zona delimitada o a solicitud de alguna autoridad pública competente.	<ul style="list-style-type: none"> - Los países terceros pueden solicitar el registro de una denominación en territorio europeo mediante un procedimiento análogo al europeo. - El reglamento europeo será aplicable a los productos agrícolas o alimenticios procedentes de un país tercero siempre que el país ofrezca garantías idénticas o equivalentes a las mencionadas en el Pliego de Condiciones y disponga de un régimen de control equivalente al europeo, e igualmente esté dispuesto a conceder a los productos de la Comunidad una protección equivalente a la existente en la Comunidad. - La Comisión de la UE negociará acuerdos para la protección recíproca de las denominaciones con países terceros. 	CR. No establecen condiciones especiales para el registro de denominaciones extranjeras.

Fin de documento